

IMPACTO DE LA PANDEMIA EN BOLIVIA

Encuesta a hogares y empresas 2020 y 2021



**MERCADO
LABORAL**

Urquidi, Manuel
Aramayo, Fernando
Chumacero, Mauricio
Coordinadores



PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA EL DESARROLLO





Impacto de la pandemia en Bolivia. Encuesta a hogares y empresas 2020 y 2021

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Bolivia

Dennis Funes, Representante Residente a.i.

Fernando Aramayo Carrasco, Coordinador de Programas y Gestión Institucional

El documento es el resultado del trabajo de un equipo multidisciplinario en el cual participaron profesionales del BID, PNUD y de la Universidad Privada Boliviana, entre ellos: Santiago Albarracín, Julio Ascarrunz, Nicolás Campos, Liliana Castilleja, Miguel Chalup, Nabilia Rivero, Nicole La Ruta, Milenka Ocampo, Assenet Osorio, Delina Otazú, Asunta Quisbert, Paola Roldán, Solange Sardan y Liliana Serrate.

Las opiniones expresadas y los énfasis destacados de los textos de la presente publicación pertenecen exclusivamente a sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de las Naciones Unidas, del PNUD ni de sus Estados Miembros.

Edif. Torre Calacoto, Calle 11 Nro. 503 esq. Av. Ballivián

Teléfono: (591) 50850100 / (591) 78805001 / (591-2) 2795544

Casilla 9072, La Paz – Bolivia

Correo electrónico: registry.bo@undp.org

Página web: www.bo.undp.org

Síguenos en redes sociales: @PNUDBolivia

Copyright © PNUD 2023. Todos los derechos reservados.

Elaborado en Bolivia.

ÍNDICE

**IMPACTO DE LA PANDEMIA EN BOLIVIA.
ENCUESTA A HOGARES Y EMPRESAS 2020 Y 2021
MERCADO LABORAL**

Resumen

I. Introducción	Pág 07
Personas que intervinieron en el proyecto	Pág 17

HOGARES

2020 Hogares	Pág 22
2021 Hogares	Pág 54

EMPRESAS

2020 Empresas	Pág 95
2021 Empresas	Pág 120

Anexo: Nota metodológica y descripción de datos de la encuesta a micro, pequeñas y medianas empresas.	Pág 155
--	---------



• • • • •
• • • • •

Impacto de la pandemia en Bolivia

Encuesta a hogares y empresas 2020 y 2021

Mercado laboral*

Urquidi, Manuel¹; Aramayo, Fernando²; Chumacero, Mauricio³

Resumen

El documento presenta información sobre el impacto que tuvo la pandemia de la COVID-19 en el mercado laboral boliviano en los años 2020 y 2021. Para ello se realizaron encuestas a hogares y empresas durante los años 2020 y 2021 en las nueve ciudades capitales de Departamento y la ciudad del Alto. El documento es el resultado del trabajo de un equipo multidisciplinario en el cual participaron profesionales del BID, PNUD y de la Universidad Privada Boliviana, entre ellos: Santiago Albarracín, Julio Ascarrunz, Nicolás Campos, Liliana Castilleja, Miguel Chalup, Nabilia Rivero, Nicole La Ruta, Milenka Ocampo, Assenet Osorio, Delina Otazú, Asunta Quisbert, Paola Roldán, Solange Sardan y Liliana Serrate. Las bases de datos de las encuestas, así como una versión digital de las tablas presentadas en esta publicación resumen, se encuentran también disponibles en data.iadb.org.

Clasificación JEL: J01, J20, J23, J31, J82.

Palabras Clave: Oferta laboral, composición de la fuerza laboral, ingresos de los trabajadores.

*Las opiniones expresadas en esta publicación corresponden a los autores y no necesariamente representan las opiniones del Banco Interamericano de Desarrollo, sus Directores o países miembros o la opinión del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

¹ División de Mercados Laborales, Banco Interamericano de desarrollo

² Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

³ Universidad Privada Boliviana.

Introducción

En el presente documento presentamos un resumen de los resultados asociados a mercados laborales de dos encuestas sobre el impacto de la pandemia. Estas encuestas recopilan información económica, laboral y sanitaria para una muestra representativa de hogares y empresas (micro, pequeñas y medianas) de las principales ciudades en Bolivia. La información provista permite caracterizar tanto a hogares como empresas y medir el impacto de pandemia sobre ellos durante el periodo 2020-2021. En esta sección, se resumen algunos aspectos técnicos relacionados con la elaboración de cada una de las encuestas (hogares y empresas) .

A. Hogares

1. Período de recolección de datos. La encuesta a hogares en su versión 2020 inicio el 06-08-2020 y concluyó el 13-11-2020 mientras que en su versión 2021 inicio el 20-10-2021 y concluyó 18-01-2022.

2. Cobertura geográfica. La encuesta contiene información de 9 ciudades principales en Bolivia. Entre ellos figuran: Sucre, La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Tarija, Santa Cruz, Trinidad, Cobija. Adicionalmente, cuenta con información del municipio de el Alto. La encuesta se efectuó en las principales ciudades de cada uno de estos departamentos.

3. Método de recolección de datos. La recopilación de información se hizo mediante llamadas telefónicas.

4. Reclutamiento de participantes. No se hizo ningún proceso previo de selección de participantes. Los encuestadores realizaban llamadas, se comunicaban con las personas, explicaban el motivo de la llamada y, si la persona accedía, se realizaba la encuesta. En algunos casos se hicieron citas para que se reitere la llamada ya sea en horario posterior el mismo día o para otro día y hora.

5. Representatividad y limitaciones. La encuesta es representativa para siete de las nueve ciudades capitales de cada departamento y del municipio de El Alto, con excepción de Cobija y Trinidad. Se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan o se consideren en el análisis sujeto a esta limitación.

6. Marco muestral. El marco muestral está compuesto por dos partes complementarias: i) Censo Nacional de Población y Vivienda 2012, que se utilizó para el cálculo del tamaño de muestra con representatividad a nivel de ciudades capital de departamento junto al municipio de El Alto y, ii) Se utilizó las bases de datos de usuarios de las empresas de telefonía celular que operan en Bolivia para realizar la selección y distribución de la muestra aplicando el método probabilístico y estratificado según nivel socioeconómico (identificado según lugar de residencia).

7. Tamaño de muestra

Utilizando los parámetros sugeridos en el documento de solicitud de propuesta, es decir, 95% de confianza y un error de 4,5%, el tamaño de muestra que permitió obtener resultados a los niveles de desagregación requeridos ha sido de 5.911 hogares. La Tabla 1 muestra la distribución inicial de este tamaño de muestra mientras que la Tabla 2 muestra la distribución de la muestra en las principales ciudades.

8. Selección de la muestra

La selección de la muestra se ha realizado de forma aleatoria. Para evitar sesgos de selección originados por utilizar alguna estrategia de reposición, se hizo la selección aleatoria de un 30% adicional al tamaño de muestra calculado, esto para lograr encuestar a la cantidad requerida de hogares.

Tabla 1: Marco muestral



CIUDADES	HOGARES (CNPV 2012)
SUCRE	63.108
LA PAZ	223.734
EL ALTO	256.216
COCHABAMBA	177.376
ORURO	76.724
POTOSÍ	46.764
TARIJA	47.826
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	360.022
TRINIDAD	23.580
COBIJA	11.775
TOTAL	1.287.125

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.



Tabla 2: Distribución de la muestra



CIUDADES	MUESTRA
SUCRE	290
LA PAZ	1.028
EL ALTO	1.177
COCHABAMBA	815
ORURO	352
POTOSÍ	215
TARIJA	220
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.652
TRINIDAD	108
COBIJA	54
TOTAL	5.911

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.

B. Empresas

1. Periodo de recolección de información. La encuesta de microempresas 2020 se inició el 20-07-2020 y concluyó el 22-08-2020. La encuesta de medianas y pequeñas empresas se inició en la misma fecha, pero terminó el 24-08-2020. La encuesta de microempresas 2021 inició el 01-12-2021 y concluyó el 21-03-2022. Finalmente, la encuesta a medianas y pequeñas empresas inició el 01-12-2021 y concluyó el 22-03-2022.

2. Cobertura geográfica. La encuesta contiene información de 9 ciudades de Bolivia. Entre ellos figuran: Sucre, La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Tarija, Santa Cruz, Trinidad, Cobija. Adicionalmente, cuenta con información del municipio de El Alto. La encuesta se efectuó en las principales ciudades de cada uno de estos departamentos.

3. Método de recolección de datos. La recopilación de información se hizo mediante llamadas telefónicas.

4. Reclutamiento de participantes. No se hizo ningún proceso previo de reclutamiento de empresas. Los y las encuestadoras realizaban llamadas, se comunicaban con las empresas, se explicaba el motivo de la llamada y, si la empresa accedía, se realizaba la encuesta. En algunos casos se hicieron citas para que se reiterara la llamada ya sea en horario posterior el mismo día o para otro día y hora.

5. Representatividad y limitaciones. La encuesta es representativa para siete de las nueve ciudades capitales de cada departamento y del municipio de El Alto, con excepción de Cobija y Trinidad. Se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan o se consideren en el análisis sujeto a esta limitación.

6. Marco muestral (pequeñas y medianas empresas)

El marco de muestreo para la encuesta a pequeñas empresas se refiere a los resultados de las Encuestas a Micro y Pequeñas Empresas realizada el año 2018 por el Instituto Nacional de Estadística (INE), encuesta que relevó información de empresas de los sectores Manufactura y Comercio y Servicios, se utilizaron en este caso las empresas clasificadas como Pequeñas. El marco para la encuesta a medianas empresas han sido los resultados de la Encuesta a la Industria Manufacturera, Comercio y Servicios 2017-2018 a empresas grandes y medianas realizada por el INE, en este caso se utilizaron las empresas clasificadas como medianas. La Tabla 3 muestra el marco muestra inicial por tamaño de empresa.

Tabla 3: Marco Muestra por tamaño de empresa

CIUDADES	PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL
BENI	17	50	67
CHUQUISACA	34	74	108
COCHABAMBA	100	649	749
LA PAZ	96	631	727
ORURO	36	110	146
PANDO	23	23	46
POTOSÍ	21	58	79
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	190	1.427	1.617
TARIJA	38	131	169
TOTAL	555	3.153	3.708

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE

7. Tamaño de muestra (pequeñas y medianas empresas)

Utilizando los parámetros sugeridos en el documento de solicitud de propuesta, es decir, 95% de confianza y un error de 5%, el tamaño de muestra que permitirá obtener resultados a los niveles de desagregación requeridos es de 1.289 medianas y pequeñas empresas. La Tabla 4 muestra la distribución de la muestra.

8. Selección de la muestra (pequeñas y medianas empresas)

La selección de la muestra se ha realizado de forma aleatoria. Para evitar sesgos de selección originados por utilizar alguna estrategia de reposición, se hizo la selección aleatoria de un 30% adicional al tamaño de muestra calculado, esto para lograr encuestar a la cantidad requerida de empresas tanto medianas como pequeñas.

Tabla 4: Distribución de la muestra

CIUDADES	MUESTRA PEQUEÑAS	MUESTRA MEDIANAS	MUESTRA TOTAL
BENI	6	17	23
CHUQUISACA	12	26	38
COCHABAMBA	35	225	260
LA PAZ	33	220	253
ORURO	13	38	51
PANDO	8	8	16
POTOSÍ	7	20	27
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	66	496	562
TARIJA	13	46	59
TOTAL	193	1.096	1.289

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.

9. Marco muestral inicial (microempresas)

El marco de muestreo para la encuesta a pequeñas empresas se refiere a los resultados de las Encuestas a Micro y Pequeñas Empresas realizada el año 2018 por el Instituto Nacional de Estadística (INE), encuesta que relevó información de empresas de los sectores Manufactura y Comercio y Servicios, se utilizaron en este caso las empresas clasificadas como Microempresas. La Tabla 5 muestra el detalle del marco muestral.

Tabla 5: Marco Muestral



CIUDADES	MICROEMPRESAS
BENI	1.144
CHUQUISACA	1.486
COCHABAMBA	5.152
LA PAZ	5.741
ORURO	1.855
PANDO	641
POTOSÍ	1.393
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	6.532
TARIJA	1.519
TOTAL	25.463

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE

10. Tamaño de muestra (microempresas)

Utilizando los parámetros sugeridos en el documento de solicitud de propuesta, 95% de confianza y un error de 5%, el tamaño de muestra que permitirá obtener resultados a los niveles de desagregación requeridos es de 2.840 microempresas. La Tabla 6 muestra distribución de la muestra de microempresas.

11. Selección de la muestra (microempresas)

La selección de la muestra se ha realizado de forma aleatoria. Para evitar sesgos de selección originados por utilizar alguna estrategia de reposición, se hizo la selección de un 30% adicional al tamaño de muestra calculado.

Tabla 6: Distribución de la muestra (microempresas)

CIUDADES	MICROEMPRESAS	MUESTRA
BENI	1.144	128
CHUQUISACA	1.486	166
COCHABAMBA	5.152	575
LA PAZ	5.741	640
ORURO	1.855	207
PANDO	641	71
POTOSÍ	1.393	155
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	6.532	729
TARIJA	1.519	169
TOTAL	25.463	2.840

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE

C. Hogares y empresas

1. Cálculo de factores de expansión

Una muestra probabilística se define como una muestra que tiene una probabilidad distinta de cero y conocida de selección para cada unidad muestral. Con las muestras probabilísticas pueden obtenerse estimadores insesgados. Un estimador insesgado de la población total para cualquier característica o variable investigada en la encuesta puede obtenerse multiplicando el valor de esa característica por cada unidad muestral por el recíproco de la probabilidad con que esa unidad fue seleccionada y sumando los productos de todas las unidades muestrales (Hansen, 1953).



Los factores de expansión de acuerdo al tipo de muestreo utilizado se definen como:

$$F_{hi} = \frac{1}{n_{hi} / N_{hi}}$$

Donde:

$h = 1, 2$ estratos

$i = 1, 2, \dots, 10$ ciudades

n_i/N_i probabilidad de selección

Este procedimiento se siguió para calcular los factores de expansión de todas las encuestas realizadas.

2. Limitaciones de la información para la segunda toma

Debido a la atrición resultante en la segunda toma, se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan, el motivo es que son ciudades con muestra muy pequeña, especialmente en empresas, que, de ser analizadas por separado, se obtendrían resultados en las estimaciones con coeficientes de variación elevados lo que significaría que los datos no serían “confiablemente representativos”. El diseño de la muestra se ha desarrollado especialmente para la estimación de promedios, no específicamente para lograr la estimación de cantidades.

Personas que intervinieron en el proyecto

Santiago Albarracín

Docente adjunto e Investigador senior en el CIEE-UPB, posee un máster en Métodos cuantitativos para el análisis económico de uno de los programas Erasmus Mundus, en el cual realizó estudios en Italia en la Università Ca' Foscari, en Francia en la Université Paris Panthéon-Sorbonne y en España en la Universitat Autònoma de Barcelona. Anteriormente ocupó el cargo de responsable de proyectos e investigador para el CEGIE-UPB, así como también se desempeñó como consultor interno para el Sector de Conocimiento, Innovación y Comunicación (KIC) del BID. Sus áreas de especialización son el análisis microeconómico y las evaluaciones de impacto, y ha enfocado su trabajo en diferentes temáticas como la igualdad de oportunidades, los indicadores de pobreza, el mercado laboral y el transporte, entre otros

Fernando Aramayo Carrasco

Coordinador de Programas y Gestión Institucional del PNUD - Bolivia, de profesión economista por la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" (UCB) y Master en Gestión y Políticas Públicas por el Harvard Institute for International Development - UCB; Cuenta con experiencia de trabajo en transformación constructiva de conflictos, diálogo y negociación, gestión pública (descentralización y autonomías), entrenamiento y fortalecimiento de capacidades en transformación de conflictos, diálogo, mediación y negociación. Ha desarrollado e implementado sistemas basados en inteligencia artificial para el análisis, prevención y alerta temprana de conflictos; Fue responsable de la Unidad de Coordinación de la Asamblea Constituyente en Bolivia, habiendo conducido de forma exitosa el proceso y teniendo una actuación relevante en la implementación de sus resultados entre 2005 y 2011.

Ha participado como facilitador de procesos de diálogo y negociación y actuado como mediador en conflictos sociales, políticos y socioambientales en diferentes países y multiplicidad de actores sociales, políticos y comunidades indígenas. Ha trabajado para varias oficinas de organismos de cooperación al desarrollo como GIZ, PNUD, BID, Banco Mundial, Agencia de Desarrollo Internacional de Suecia y otras, así como para organizaciones sin fines de lucro como Berghof Foundation for Peace Support, Collaborative Learning Projects, CITpax, Club de Madrid, y otras, como jefe de programas, asesor técnico y consultor, durante más de veinte años.

Julio Ascarrunz

Técnico de Análisis y Procesamiento de Información en el PNUD-Bolivia, es politólogo graduado de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) y cuenta con estudios de posgrado en análisis y derecho electoral (UNSAM, Argentina) y métodos cuantitativos (UPB), así como también ha tomado cursos avanzados en métodos de investigación en ciencias sociales y políticas en Bolivia (INESAD) y Brasil (IPSA-USP Summer School). Ha publicado capítulos de libros y artículos en revistas especializadas en América Latina y Europa.

Nicolas Campos Bijit

Magíster en Economía e Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile. Se ha desempeñado como ayudante de cátedra e investigación del Departamento de Economía de la misma casa de estudio, fue investigador en la fundación Espacio Público trabajando en temas de gobernanza y corrupción en el sector de infraestructura y ha sido consultor para la OIT y el BID en proyectos relacionados con el mercado del trabajo. Su trabajo de investigación se centra en la economía del sector público, la economía laboral y la economía política.

Liliana Castilleja-Vargas

Es Economista país para Bolivia, en el Departamento de Países Andinos (CAN), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), posición que ocupa desde 2019. Además del monitoreo y evaluaciones macroeconómicas del país, su trabajo se centra en la investigación aplicada y producción de productos de conocimiento en temas de desarrollo socioeconómico, la coordinación de asistencias técnicas y la diseminación de conocimiento generado por el Grupo BID. Anteriormente Liliana se ha desempeñado como economista país para Perú, y como economista regional en el Departamento de Países del Cono Sur (CSC) en la sede del BID en Washington. Antes de unirse al BID ella ocupó posiciones senior como economista y financiera en BBVA-Research, la CEPAL/ONU y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) en México. Liliana es Doctora en Economía por la Universidad de Nottingham del Reino Unido, y cuenta con una Maestría en Finanzas y Licenciatura en Economía, ambas por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Liliana es autora y coautora de diversas publicaciones y artículos en temas económicos y de desarrollo socioeconómico.

Mauricio Chumacero

El director del CEGIE-UPB es especialista en el diseño metodológico, estadístico y muestral de encuestas y estudios socioeconómicos, sociales y económicos de tipo cuantitativo y cualitativo. Posee experiencia en la organización integral de encuestas y estudios, incluyendo logística, capacitación, control de calidad y supervisión de trabajos de recolección de información, así como también en el análisis de bases de datos de encuestas sociales y económicas, formulación y cálculo de indicadores sociales. Fue consultor del Programa MECOVI (CEPAL, UNFPA, PNUD) para brindar apoyo técnico al Instituto Nacional de Estadística de Bolivia en el área de Encuestas a Hogares e Indicadores Sociales, y también consultor internacional para apoyo técnico al Instituto Nacional de Estadísticas de Honduras en el área de encuestas a hogares. Asimismo, ha trabajado como consultor internacional de la Comisión Europea para la evaluación de proyectos financiados por la Unión Europea a países de Latinoamérica y la Comunidad Andina de Naciones, y como consultor responsable de capacitación y trabajos de campo para el Proyecto Censos Nacionales-2011. Ha coordinado y gestionado numerosas encuestas y estudios a nivel nacional en Bolivia, incluyendo la Encuesta de Línea de Base de Salud Materno-Infantil (UDAPE-MSD-BM), la Encuesta de Hogares para la evaluación de impacto de la “Renta Dignidad” (UDAPE-UNFPA), la Encuesta a Hogares de Naciones y Pueblos Indígena Originarios para el cálculo de indicadores de bienestar (UDAPE), entre otros.

Tiene un postgrado en Formulación y Evaluación de Proyectos para el Desarrollo en Univalle, La Paz - Bolivia y una licenciatura en Economía en la Universidad Católica Boliviana, La Paz-Bolivia.

Miguel Chalup

Es docente universitario en diferentes universidades de Bolivia. Su especialidad es el análisis estadístico y econométrico de datos laborales, macroeconómicos, fiscales, sociales y demográficos. Ha publicado diversos documentos de investigación sobre mercados laborales, evaluación de impacto de proyectos, brechas de género, macroeconomía, política fiscal y monetaria, y descentralización fiscal y administrativa. Cuenta con una Maestría en Economía de la Universidad Alberto Hurtado (Chile), una Licenciatura en Economía de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (Bolivia), y ha completado un programa en ciencia de datos aplicado a políticas públicas en la Universidad Torcuato Di Tella (Argentina).

Nicole Daniela La Ruta Rosas

Realizó sus estudios de licenciatura en economía en la Universidad Privada Boliviana (UPB). Sus áreas de interés son Economía de la Salud y Economía del Desarrollo. Anteriormente ocupó cargos en alcaldías y entidades descentralizadas del Ministerio de Planificación del Desarrollo, donde apoyó en la elaboración de POAs y actividades de ejecución de presupuesto en proyectos de inversión. Actualmente trabaja medio tiempo como analista de datos en proyectos relacionados con Chagas Congénito y Miocardiopatías Chagásicas en Bolivia, en convenio con la Universidad de Johns Hopkins y la asociación benéfica peruana PRISMA. También desempeña funciones como asistente de investigación en los Centros de Investigaciones Económicas de la UPB, donde colabora en el relevamiento, limpieza y análisis de datos.

Milenka Ocampo

Es Analista-Investigadora en el PNUD - Bolivia. Es economista graduada de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (UCB) y tiene una Maestría en Gestión y Política Públicas de Maestrías para el Desarrollo de la Universidad Católica Boliviana (MPD-UCB). Tiene experiencia en temas sociales como el desarrollo humano, la pobreza y las desigualdades, el bienestar multidimensional y el género. Ha elaborado y publicado documentos de trabajo sobre temas como las juventudes y el empleo urbano, las desigualdades educativas, el bienestar socioeconómico y la calidad de vida, y ha participado en la elaboración de capítulos para los Informes sobre Desarrollo Humano en Bolivia.

Assenet Melany Osorio Rioja

Es licenciada en Economía por la UPB. Su tesis de grado fue una de las dos ganadoras del Concurso de Tesis de Grado del Banco Central de Bolivia. Además, cuenta con un Diplomado en Métodos Cuantitativos para el Análisis Económico.

Inició su experiencia profesional en el Centro de Generación de Información y Estadística (CEGIE) y el Centro de Investigaciones Económicas y Empresariales (CIEE) de la Universidad Privada Boliviana (UPB), donde fue responsable de calidad de proyectos realizados para instituciones nacionales e internacionales como el BID, PNUD, Ministerio de Gobierno, Ministerio de Medio Ambiente y Agua, Telecel S.A. y Agrecol Andes, y ha sido responsable de seguimiento y calidad de información de la encuesta a Hogares COVID - 2020. Actualmente es miembro del equipo de asesoría en el Ministerio de Planificación de Desarrollo.

María Delina Otazú

Es comunicadora social y docente universitaria. Consultora en comunicaciones en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) desde 2010. Antes trabajó como coordinadora nacional de comunicación en la Federación de Asociaciones Municipales de Bolivia (FAM-Bolivia). Fue jefe de prensa de la red de televisión UNITEL y periodista en varios medios de prensa. Es autora y coautora de publicaciones y artículos de opinión. Comunicadora Social por la Universidad Católica Boliviana, UCB. Especialista Universitaria en Desarrollo Local y Cooperación Multilateral por la Universidad Pablo de Olavide, UPO, en España. Con diplomados en educación superior, marketing político y cooperación descentralizada.

Asunta Isabel Quisbert Arias

Investigadora y Responsable de Gestión de Datos desde el año 2017 en el Centro de Generación de Información y Estadística (CEGIE) de la Universidad Privada Boliviana. Desempeñó el cargo de jefe de la Unidad de Informática en el Instituto Nacional de Estadística desde el 2013 al 2016. Del 2001 al 2012 trabajó como Consultor en Programación, Consultor en Informática, responsable de Informática y Coordinadora de Procesamiento de Datos en el Instituto Nacional de Estadística (INE) desarrollando actividades de procesamiento de datos y consistencia de información recopilada en las encuestas de hogares, actualización cartográfica y censo de población y vivienda.

Cuenta con Diplomado en Business Intelligence Gerencial, Diplomado en Gestión de Seguridad y Auditoría de Sistemas, Diplomado Superior Tecnologías de Información Geográfica, Posgrado en Economía Informática y Licenciatura en Informática.

Paola Roldán

Estudiante del doctorado en Trabajo Social de Virginia Commonwealth University. Economista con Maestría en Economía Ambiental y de los Recursos Naturales de la Universidad de los Andes. Con experiencia en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas públicas. Consultora para diversas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales en Colombia, Estados Unidos y Honduras en temas de Monitoreo y Evaluación de proyectos sociales, especialmente en temas mercado laboral y Género. También ha sido profesora universitaria enseñando y haciendo investigación en econometría aplicada y evaluación de impacto de programas sociales.

Nabilia L. Rivera

Es Oficial de Comunicaciones y Relaciones Externas en la oficina del Banco Interamericano de Desarrollo en Bolivia, donde lidera el diseño y ejecución de Estrategias Comunicacionales. Antes de unirse al BID en el 2021, fue Comunicadora Estratégica del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Bolivia y comunicadora para el Informe sobre Desarrollo Humano del PNUD. Fue también Coordinadora de Proyectos en Cinenómada, liderando proyectos audiovisuales para importantes marcas comerciales y estatales. Asimismo, ha sido docente en la Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Nabilia cuenta con una Maestría en Comunicación Estratégica de la Universidad Católica Boliviana San Pablo y la Universitat Pompeu Fabra, especializaciones en Planificación Creativa de la Comunicación y Periodismo de Investigación Multimedia y una Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana San Pablo.

Solange Sardán Matijašević

Es consultora de la División de Mercados Laborales del Banco Interamericano de Desarrollo en Bolivia. Es una economista especialista en políticas públicas y sociales con más de cinco años de experiencia en investigación y administración de proyectos de desarrollo en América Latina. Cuenta con una licenciatura en Economía de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" (UCB) y con estudios de maestría en Políticas Públicas y Políticas Sociales Internacionales de la London School of Economics and Political Science (LSE). Además, cursó diversos cursos de posgrado relacionados al análisis cuantitativo de políticas y evaluaciones de impacto. Su trabajo de investigación se centra en temas relacionados a protección social y mercado laboral enfocados en contextos de alta informalidad y con énfasis en poblaciones vulnerables.

**Liliana Serrate Mendía**

Es consultora de la División de Mercados Laborales del Banco Interamericano de Desarrollo oficina Bolivia y Paraguay. Antes de unirse al BID se desempeñó como subgerente y economista de la Agencia de Innovación Santa Cruz Innova de la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz (CAINCO) en Bolivia. Actualmente también es docente universitaria en universidades bolivianas. Cuenta con una Licenciatura en Economía de la Universidad Autónoma Gabriel René Moreno (UAGRM). Desarrolló posteriormente una maestría en Economía en la Universidad de Lausanne (HEC UNIL) y actualmente es estudiante de doctorado en Economía en la Universidad de Barcelona (UB). Sus trabajos de investigación se basan en mercado laboral, teletrabajo y digitalización.

Manuel Urquidi

Manuel Urquidi es especialista líder en operaciones en la División de Mercados Laborales del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Su trabajo se centra en desarrollar soluciones de transformación digital para promover el acceso al empleo, mejorar los procesos de supervisión y ejecución de los proyectos del área, y asegurar que los mismos incorporan consideraciones de género, diversidad y gestión ambiental. Antes de unirse al BID en 2011, ocupó cargos de asesoría en agencias del gobierno boliviano. Asimismo, coordinó actividades dentro del Programa de Especialización en Desarrollo Económico Comunitario de la Universidad Simon Fraser (Vancouver, Canadá), en coordinación con entidades académicas y de desarrollo en Bolivia. Manuel cuenta con una Maestría en Gerencia de Proyectos de Desarrollo en la Universidad Andina Simón Bolívar (Bolivia) y una Licenciatura de la Universidad de Los Andes (Chile) en Filosofía, con un énfasis en procesos de conocimiento humano. Además, tiene Diplomados en Educación Superior, Gobierno y Gestión Pública.



ENCUESTAS DE HOGARES





Año 2020



Composición de hogar por edades

GRUPO ETARIO	NÚMERO	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
0 A 5 AÑOS	1.464.476	0,42	0,71
6 A 12 AÑOS	1.464.476	0,44	0,72
13 A 18 AÑOS	1.464.476	0,39	0,71
19 A 24 AÑOS	1.464.476	0,63	0,91
25 A 59 AÑOS	1.464.476	2,25	1,30
MÁS 60 AÑOS	1.464.476	0,30	0,62

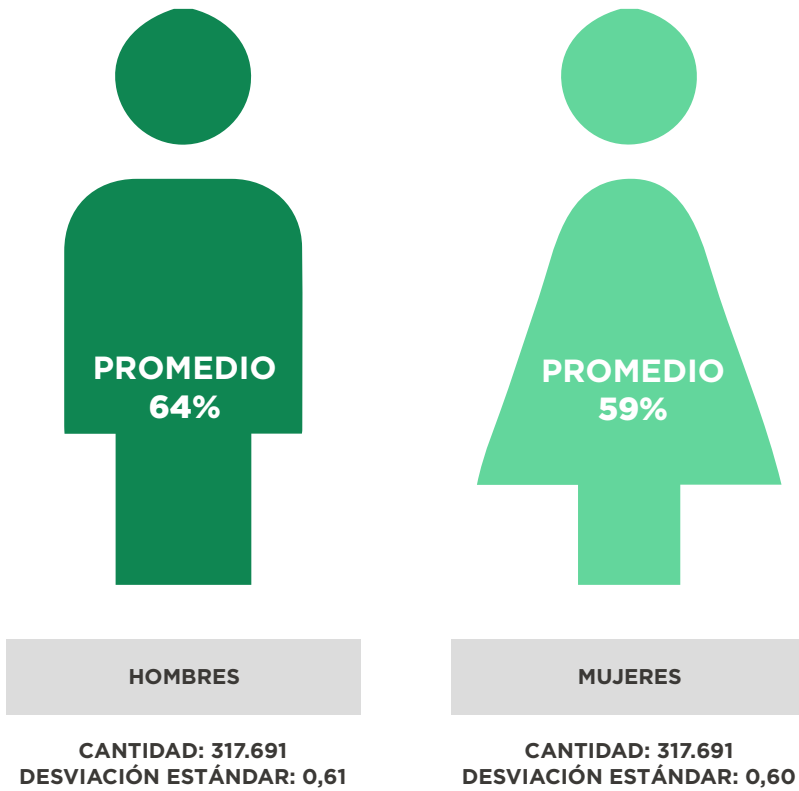
Presencia en el hogar de grupos en riesgo

CONDICIÓN		SI		NO	
		CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUJER QUE HA ESTADO EMBARAZADA*		173.732	11,86	1.290.744	88,14
DISCAPACIDAD FÍSICA		98.264	6,71	1.366.212	93,29
DISCAPACIDAD MENTAL		39.426	2,69	1.425.050	97,31
ENFERMEDAD CRÓNICA		213.990	14,61	1.250.486	85,39

* Embarazada o dio a luz en los últimos dos años



¿Cuántos hombres y cuántas mujeres se encuentran bajo la modalidad de teletrabajo?










En el mes de febrero ¿Cuál de las siguientes fueron fuentes de ingreso de su hogar?
























FUENTE DE INGRESO	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
¿ACTIVIDADES INDEPENDIENTES O DE EMPRESA FAMILIAR NO AGROPECUARIA?	725.698	49,55	738.778	50,45
¿INGRESO DE EMPLEADOS ASALARIADOS?	841.933	57,49	622.543	42,51
¿ACTIVIDADES DE AGRICULTURA FAMILIAR, GANADERÍA O PESCA?	46.691	3,19	1.417.785	96,81
¿RENTA DE JUBILACIÓN?	66.721	4,56	1.397.755	95,44
¿BONO RENTA DIGNIDAD?	87.364	5,97	1.377.112	94,03
¿BONO JUANCITO PINTO?	17.558	1,20	1.446.918	98,80
¿BONO JUANA AZURDUY?	16.521	1,13	1.447.955	98,87
¿ASISTENCIA FAMILIAR POR DIVORCIO O SEPARACIÓN?	17.513	1,20	1.446.963	98,80
¿REMESAS DE PARIENTES DEL EXTERIOR DEL PAÍS?	12.667	0,86	1.451.809	99,14
¿REMESAS DE PARIENTES DEL INTERIOR DEL PAÍS?	10.756	0,73	1.453.720	99,27
¿INGRESOS POR RENTA DE PROPIEDADES, INVERSIONES?	14.841	1,01	1.449.635	98,99
¿ASISTENCIA FINANCIERA DE AMIGOS/PARIENTES?	16.388	1,12	1.448.088	98,88
¿ASISTENCIA FINANCIERA DE ONGS U ORGANIZACIONES CARITATIVAS?	3.196	0,22	1.461.280	99,78
¿OTROS INGRESOS POR FUENTE NO LABORAL?	7.247	0,49	1.457.229	99,51
SIN INGRESOS	28.922	1,97	1.435.554	98,03
NO QUIZO RESPONDER	3.048	0,21	1.461.428	99,79



La vivienda que ocupa el hogar es:

CATEGORIA		CANTIDAD	PORCENTAJE
CASA		864.431	59,03
DEPARTAMENTO		231.017	15,77
CUARTO(S) O HABITACIÓN(ES) SUELTA(S)		322.351	22,01
VIVIENDA IMPROVISADA O VIVIENDA MÓVIL		36.753	2,51
CHOZA/ PAHUICHI		7.809	0,53
LOCAL NO DESTINADO PARA HABITACIÓN		2.115	0,14
TOTAL		1.464.476	100,00

Grupo de análisis: Género



CASA				DEPARTAMENTO			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		576.208	60,98			148.987	15,77
		288.223	55,48			82.030	15,79
TOTAL	=	864.431	59,03	TOTAL	=	231.017	15,77
CUARTO(S) O HABITACIÓN(ES) SUELTA(S)				VIVIENDA IMPROVISADA O VIVIENDA MÓVIL			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		188.412	19,94			24.464	2,59
		133.939	25,78			12.289	2,37
TOTAL	=	322.351	22,01	TOTAL	=	36.753	2,51
CHOZA/ PAHUICHI				LOCAL NO DESTINADO PARA HABITACIÓN			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		5.851	0,62			1.060	0,11
		1.958	0,38			1.055	0,20
TOTAL	=	7.809	0,53	TOTAL	=	2.115	0,14
TOTAL							
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		944.982	100,00				
		519.494	100,00				
TOTAL	=	1.464.476	100,00				



Servicios del hogar: Servicio de teléfono celular

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	1.445.224	98,69
NO	19.252	1,31
=	1.464.476	100,00

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	932.331	98,66	12.651	1,34	944.982	100,00
	512.893	98,73	6.601	1,27	519.494	100,00
=	1.445.224	98,69	19.252	1,31	1.464.476	100,00



Servicios del hogar: Internet

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	800.066	54,63
NO	664.410	45,37
=	1.464.476	100,00

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	537.825	56,91	407.157	43,09	944.982	100,00
	262.241	50,48	257.253	49,52	519.494	100,00
=	800.066	54,63	664.410	45,37	1.464.476	100,00



Preguntas nivel: Principal Generador de Ingresos (PGI)













¿Es usted el/la principal generador/a de ingresos de su hogar?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	751.355	51,31
NO	713.121	48,69
=	1.464.476	100,00

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	409.906	43,38	535.076	56,62	944.982	100,00
	341.449	65,73	178.045	34,27	519.494	100,00
=	751.355	51,31	713.121	48,69	1.464.476	100,00

¿Cuál fue el NIVEL más alto de instrucción que aprobó el principal generador de ingresos en el hogar?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
NINGUNO		17.427	1,19
PRIMARIA INCOMPLETA		91.292	6,23
PRIMARIA COMPLETA		75.954	5,19
SECUNDARIA INCOMPLETA		106.363	7,26
SECUNDARIA COMPLETA		341.668	23,33
BÁSICO		35.806	2,44
INTERMEDIO		16.245	1,11
MEDIO		50.211	3,43
SUPERIOR NO UNIVERSITARIA		153.996	10,52
UNIVERSITARIA INCOMPLETA		133.334	9,1
UNIVERSITARIA COMPLETA O MAS		408.837	27,92
OTRO		33.343	2,28
TOTAL		1.464.476	100,00

Grupo de análisis: Género

NINGUNO

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		6.725	0,71
		10.702	2,06
TOTAL	=	17.427	1,19

PRIMARIA INCOMPLETA

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		50.264	5,32
		41.028	7,90
TOTAL	=	91.292	6,23

PRIMARIA COMPLETA

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		41.467	4,39
		34.487	6,64
TOTAL	=	75.954	5,19

SECUNDARIA INCOMPLETA

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		68.762	7,28
		37.601	7,24
TOTAL	=	106.363	7,26

SECUNDARIA COMPLETA

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		242.252	25,64
		99.416	19,14
TOTAL	=	341.668	23,33

BÁSICO

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		17.787	1,88
		18.019	3,47
TOTAL	=	35.806	2,44

Grupo de análisis: Género

INTERMEDIO

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		8.626	0,91
		7.619	1,47
TOTAL		16.245	1,11

MEDIO

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		32.686	3,46
		17.525	3,37
TOTAL		50.211	3,43

SUPERIOR NO UNIVERSITARIA

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		97.098	10,28
		56.898	10,95
TOTAL		153.996	10,52

UNIVERSITARIA INCOMPLETA

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		89.179	9,44
		44.155	8,50
TOTAL		133.334	9,10

UNIVERSITARIA COMPLETA O MAS

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		269.140	28,48
		139.697	26,89
TOTAL		408.837	27,92

OTRO

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		20.996	2,22
		12.347	2,38
TOTAL		33.343	2,28

TOTAL

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		944.982	100,00
		519.494	100,00
TOTAL		1.464.476	100,00






¿Algún miembro de su hogar ha quedado sin trabajo a causa de la cuarentena?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	852.097	58,18
NO	612.379	41,82
=	1.464.476	100,00


¿Algún miembro de su hogar ha comenzado a trabajar desde que se inició la crisis sanitaria?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	290.045	19,81
NO	1.174.431	80,19
=	1.464.476	100,00




¿Algún miembro de su hogar ha comenzado a trabajar desde que se inició la crisis sanitaria?
 Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	184.145	19,49	760.837	80,51	944.982	100,00
	105.900	20,39	413.594	79,61	519.494	100,00
	290.045	19,81	1.174.431	80,19	1.464.476	100,00





¿Algún miembro del hogar ha incrementado sus horas de trabajo desde que inició la crisis sanitaria?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	295.882	20,20
NO	1.168.594	79,80
	1.464.476	100,00

¿Algún miembro del hogar ha incrementado sus horas de trabajo desde que inició la crisis sanitaria? Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	194.571	20,59	750.411	79,41	944.982	100,00
	101.311	19,50	418.183	80,50	519.494	100,00
	295.882	20,20	1.168.594	79,80	1.464.476	100,00

En el mes de febrero ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?		549.500	37,52
¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?		33.615	2,30
¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?		788.698	53,86
¿ESTABA SIN TRABAJO?		92.663	6,33
TOTAL		1.464.476	100,00

En el mes de febrero ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

Grupo de análisis género

¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?				¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		350.146	37,05			26533	2,81
		199.354	38,37			7082	1,36
TOTAL		549.500	37,52	TOTAL		33615	2,30
¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?				¿ESTABA SIN TRABAJO?			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		512.171	54,20			56.132	5,94
		276.527	53,23			36.531	7,03
TOTAL		788.698	53,86	TOTAL		92.663	6,33
TOTAL							
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		944.982	100,00			519.494	100,00
		519.494	100,00			519.494	100,00
TOTAL		1.464.476	100,00	TOTAL		1.464.476	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente del principal generador de ingresos en su hogar en febrero?

	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERÍA / PESCA	12.643	2,30
MINERÍA	3.218	0,58
MANUFACTURA	40.036	7,28
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	39.736	7,22
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	5.138	0,93
CONSTRUCCIÓN	51.294	9,32
TRANSPORTE	68.866	12,52
COMPRA Y VENTA	215.122	39,10
SERVICIOS FINANCIEROS	2.952	0,54
SERVICIOS PERSONALES	71.309	12,96
EDUCACIÓN	2.361	0,43
SALUD	6.881	1,25
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	2.426	0,44
TURISMO	529	0,10
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERÍA	2.311	4,20
OTRO	4.514	0,82
TOTAL	550.136	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente del principal generador de ingresos en su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERÍA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	9.892	2,82	3.063	0,87	26.305	7,51
MUJER	2.751	1,38	155	0,08	13.731	6,87
TOTAL	12.643	2,30	3.218	0,58	40.036	7,28

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	29.834	8,52	4.878	1,39	46.448	13,26
MUJER	9.902	4,96	260	0,13	4.846	2,43
TOTAL	39.736	7,22	5.138	0,93	51.294	9,32

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	65.366	18,66	91.643	26,16	1.356	0,39
MUJER	3.500	1,75	123.479	61,79	1.596	0,80
TOTAL	68.866	12,52	215.122	39,10	2.952	0,54

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	50.201	14,33	1.477	0,42	3.999	1,14
MUJER	21.108	10,56	884	0,44	2.882	1,44
TOTAL	71.309	12,96	2.361	0,43	6.881	1,25

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente del principal generador de ingresos en su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		TURISMO		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	2.166	0,62	0	0,00	10.945	3,12
MUJER	260	0,13	529	0,26	12.166	6,09
TOTAL	2.426	0,44	529	0,10	23.111	4,20

GÉNERO	OTRO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	2.728	0,78	350.301	100,00
MUJER	1.786	0,89	199.835	100,00
TOTAL	4.514	0,82	550.136	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en febrero?

	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA	16.541	2,10
MINERIA	11.264	1,43
MANUFACTURA	54.670	6,93
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	88.466	11,22
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	15.961	2,02
CONSTRUCCIÓN	74.734	9,48
TRANSPORTE	40.935	5,19
COMPRA Y VENTA	70.161	8,90
SERVICIOS FINANCIEROS	28.481	3,61
SERVICIOS PERSONALES	135.049	17,12
EDUCACIÓN	61.401	7,79
SALUD	47.249	5,99
ADMINISTRACIÓN PUBLICA	104.740	13,28
TURISMO	1.525	0,19
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERIA	26.246	3,33
OTRO	11.275	1,43
TOTAL	788.698	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	15.015	2,93	10.113	1,97	37.083	7,24
MUJER	1.526	0,55	1.151	0,42	17.587	6,36
TOTAL	16.541	2,10	11.264	1,43	54.670	6,93

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	64.027	12,50	14.515	2,83	62.958	12,29
MUJER	24.439	8,84	1.446	0,52	11.776	4,26
TOTAL	88.466	11,22	15.961	2,02	74.734	9,48

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	36.629	7,15	40.283	7,87	19.747	3,86
MUJER	4.306	1,56	29.878	10,80	8.734	3,16
TOTAL	40.935	5,19	70.161	8,90	28.481	3,61

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	69.033	13,48	28.966	5,66	19.562	3,82
MUJER	66.016	23,87	32.435	11,73	27.687	10,01
TOTAL	135.049	17,12	61.401	7,79	47.249	5,99

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		TURISMO		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	70.723	13,81	442	0,09	14.196	2,77
MUJER	34.017	12,30	1.083	0,39	12.050	4,36
TOTAL	104.740	13,28	1.525	0,19	26.246	3,33



GÉNERO	OTRO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	8.879	1,73	512.171	100,00
MUJER	2.396	0,87	276.527	100,00
TOTAL	11.275	1,43	788.698	100,00

El principal generador de ingresos de su hogar ¿cambió de actividad o trabajo en los últimos dos meses?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	279.138	19,06
NO	1.185.338	80,94
=	1.464.476	100,00

El principal generador de ingresos de su hogar ¿cambió de actividad o trabajo en los últimos dos meses?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	167.062	17,68	777.920	82,32	944.982	100,00
	112.076	21,57	407.418	78,43	519.494	100,00
=	279.138	19,06	1.185.338	80,94	1.464.476	100,00

En el mes de julio ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?		128.764	46,13
¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?		9.389	3,36
¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?		79.067	28,33
¿ESTABA SIN TRABAJO?		61.918	22,18
TOTAL	=	279.138	100,00

En el mes de julio ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	522.789	55,32	422.193	44,68	944.982	100,00
	297.047	57,18	222.447	42,82	519.494	100,00
=	819.836	55,98	644.640	44,02	1.464.476	100,00

En el mes de julio ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

Grupo de análisis: Género

¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		73.204	43,82
		55.560	49,57
TOTAL		128.764	46,13

¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		6.653	3,98
		2.736	2,44
TOTAL		9.389	3,36

¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		49.312	29,52
		29.755	26,55
TOTAL		79.067	28,33

¿ESTABA SIN TRABAJO?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		37.893	22,68
		24.025	21,44
TOTAL		61.918	22,18

TOTAL

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		167.062	100,00
		112.076	100,00
TOTAL		279.138	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente /cuenta propia del principal generador de ingresos en su hogar en julio?

	PORCENTAJE	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERÍA / PESCA	4.963	3,85
MINERÍA	443	0,34
MANUFACTURA	10.043	7,80
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	4.938	3,83
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	1.973	1,53
CONSTRUCCIÓN	9.128	7,09
TRANSPORTE	10.193	7,92
COMPRA Y VENTA	61.815	48,01
SERVICIOS FINANCIEROS	789	0,61
SERVICIOS PERSONALES	13.491	10,48
EDUCACIÓN	221	0,17
SALUD	683	0,53
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	0	0,00
TURISMO	0	0,00
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERÍA	9.295	7,22
OTRO	789	0,61
TOTAL	128.764	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en julio?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERÍA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	3.924	5,36	265	0,36	4.182	5,71
MUJER	1.039	1,87	178	0,32	5.861	10,55
TOTAL	4.963	3,85	443	0,34	10.043	7,8

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	4.519	6,17	1.676	2,29	7.380	10,08
MUJER	419	0,75	297	0,53	1.748	3,15
TOTAL	4.938	3,83	1.973	1,53	9.128	7,09

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	8.833	12,07	26.066	35,61	789	1,08
MUJER	1.360	2,45	35.749	64,34	0	0
TOTAL	10.193	7,92	61.815	48,01	789	0,61

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	10.400	14,21	0	0	155	0,21
MUJER	3.091	5,56	221	0,4	528	0,95
TOTAL	13.491	10,48	221	0,17	683	0,53

GÉNERO	RESTAURANTES/ BARES /HOTELERÍA		OTRO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	4.226	5,77	789	1,08	73.204	100,00
MUJER	5.069	9,12	0	0	55.560	100,00
TOTAL	9.295	7,22	789	0,61	128.764	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en julio?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	956	1,94	443	0,90	2.140	4,34
MUJER	561	1,89	266	0,89	793	2,67
TOTAL	1.517	1,92	709	0,9	2.933	3,71

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	5.452	11,06	794	1,61	12.155	24,65
MUJER	2.468	8,29	221	0,74	1.278	4,3
TOTAL	7.920	10,02	1.015	1,28	13.433	16,99

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	3.956	8,02	6.496	13,17	526	1,07
MUJER	481	1,62	3.328	11,18	260	0,87
TOTAL	4.437	5,61	9.824	12,42	786	0,99

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	8.837	17,92	640	1,3	1.309	2,65
MUJER	8.472	28,47	1.937	6,51	4.358	14,65
TOTAL	17.309	21,89	2.577	3,26	5.667	7,17

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en julio?

Grupo de análisis género

GÉNERO	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA		OTRO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	2.987	6,06	1.607	3,26	1.014	2,06
MUJER	2.227	7,48	2.841	9,55	264	0,89
TOTAL	5.214	6,59	4.448	5,63	1.278	1,62



TOTAL		
GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	49.312	100,00
MUJER	29.755	100,00
TOTAL	79.067	100,00

¿Cuántos días a la semana trabajó regularmente el principal generador de ingresos de su hogar?

 2020	FEBRERO		
	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	6.094	5,20	1,71
	JULIO		
	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	6.094	3,51	2,49

¿Cuántos días a la semana trabajó regularmente el principal generador de ingresos de su hogar?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	FEBRERO			JULIO		
	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	3.929	5,24	1,68	3.929	3,66	2,44
	2.165	5,12	1,76	2.165	3,23	2,55

¿Cuántas horas en promedio trabajó al día el principal generador de ingresos de su hogar en 2020?

 2020	FEBRERO		
	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	6.094	8,07	3,48
	JULIO		
	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	6.094	5,61	4,58

¿Cuántas horas en promedio trabajó al día el principal generador de ingresos de su hogar en 2020?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	FEBRERO			JULIO		
	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CANTIDAD	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	3.929	8,20	3,47	3.929	5,87	4,52
	2.165	7,82	3,49	2.165	5,14	4,63

Algún miembro de su hogar, incluido usted, ¿han recibido salarios disminuidos o bajaron sus ganancias como resultado de la cuarentena?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	819.836	55,98
NO	644.640	44,02
=	1.464.476	100,00

Algún miembro de su hogar, incluido usted, ¿han recibido salarios disminuidos o bajaron sus ganancias como resultado de la cuarentena?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	522.789	55,32	422.193	44,68	944.982	100,00
	297.047	57,18	222.447	42,82	519.494	100,00
=	819.836	55,98	644.640	44,02	1.464.476	100,00



ENCUESTAS DE HOGARES





Año 2021



Composición de hogar por edades

GRUPO ETARIO	NÚMERO	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
0 A 5 AÑOS	1.178.477	0,35	0,64
6 A 12 AÑOS	1.178.477	0,41	0,70
13 A 18 AÑOS	1.178.477	0,39	0,69
19 A 24 AÑOS	1.178.477	0,74	0,90
25 A 59 AÑOS	1.178.477	2,26	1,40
MÁS 60 AÑOS	1.178.477	0,27	0,60

Presencia en el hogar de grupos en riesgo

CONDICIÓN		SI		NO	
		CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUJER QUE HA ESTADO EMBARAZADA*		131.946	11,20	1.046.310	88,80
DISCAPACIDAD FÍSICA		40.719	3,46	1.137.758	96,54
DISCAPACIDAD MENTAL		16.273	1,38	1.162.204	98,62
ENFERMEDAD CRÓNICA		142.840	12,12	1.035.637	87,88








* Embarazada o dio a luz en los últimos dos años

En el mes de febrero ¿Cuál de las siguientes fueron fuentes de ingreso de su hogar?




FUENTE DE INGRESO	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
¿ACTIVIDADES INDEPENDIENTES O DE EMPRESA FAMILIAR NO AGROPECUARIA?	594.893	51,46	561.161	48,54
¿INGRESO DE EMPLEADOS ASALARIADOS?	642.106	55,54	513.948	44,46
¿ACTIVIDADES DE AGRICULTURA FAMILIAR, GANADERÍA O PESCA?	46.996	4,07	1.109.058	95,93
¿RENTA DE JUBILACIÓN?	50.418	4,36	1.105.636	95,64
¿BONO RENTA DIGNIDAD?	80.288	6,95	1.075.766	93,05
¿BONO JUANCITO PINTO?	56.879	4,92	1.099.175	95,08
¿BONO JUANA AZURDUY?	19.148	1,66	1.136.906	98,34
¿ASISTENCIA FAMILIAR POR DIVORCIO O SEPARACIÓN?	16.848	1,46	1.139.206	98,54
¿REMESAS DE PARIENTES DEL EXTERIOR DEL PAÍS?	9.981	0,86	1.146.073	99,14
¿REMESAS DE PARIENTES DEL INTERIOR DEL PAÍS?	9.042	0,78	1.147.012	99,22
¿INGRESOS POR RENTA DE PROPIEDADES, INVERSIONES?	15.092	1,31	1.140.962	98,69
¿ASISTENCIA FINANCIERA DE AMIGOS/PARIENTES?	12.923	1,12	1.143.131	98,88
¿ASISTENCIA FINANCIERA DE ONGS U ORGANIZACIONES CARITATIVAS?	2.633	0,23	1.153.421	99,77
¿OTROS INGRESOS POR FUENTE NO LABORAL?	6.664	0,58	1.149.390	99,42
SIN INGRESOS	39.458	3,41	1.116.596	96,59
NO QUIZO RESPONDER	5.108	0,44	1.150.946	99,56








La vivienda que ocupa el hogar es:




CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
CASA		706.620	59,96
DEPARTAMENTO		201.133	17,07
CUARTO(S) O HABITACIÓN(ES) SUELTA(S)		238.166	20,21
VIVIENDA IMPROVISADA O VIVIENDA MÓVIL		30.425	2,58
CHOZA/ PAHUICHI		1.714	0,15
LOCAL NO DESTINADO PARA HABITACIÓN		419	0,04
TOTAL		1.178.477	100,00

Grupo de análisis: Género

CASA			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		459.831	61,79
		239.205	56,70
	OTRO	3.255	76,19
TOTAL	=	702.291	60,01

DEPARTAMENTO			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		123.062	16,54
		75.405	17,87
	OTRO	487	11,40
TOTAL	=	198.954	17,00

CUARTO(S) O HABITACIÓN(ES) SUELTA(S)			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		140.635	18,90
		95.818	22,71
	OTRO	0	0,00
TOTAL	=	236.453	20,21

VIVIENDA IMPROVISADA O VIVIENDA MÓVIL			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		19.148	2,57
		11.011	2,61
	OTRO	266	6,23
TOTAL	=	30.425	2,60



Grupo de análisis: Género

CHOZA/ PAHUICHI				LOCAL NO DESTINADO PARA HABITACIÓN			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		1.450	0,19			0	0,00
		264	0,06			155	0,04
	OTRO	0	0,00		OTRO	264	6,18
TOTAL	=	1.714	0,15	TOTAL	=	419	0,04
TOTAL							
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE				
		744.126	100,00				
		421.858	100,00				
	OTRO	4.272	100,00				
	=	1.170.256	100,00				





Servicios del hogar: Servicio de teléfono celular

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	1.138.597	99,26
NO	8.527	0,74
=	1.147.124	100,00

Servicios del hogar: Servicio de teléfono celular

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	724.884	99,20	5.869	0,80	730.753	100,00
	409.441	99,36	2.658	0,64	412.099	100,00
OTRO	4.272	100	0	0,00	4.272	100,00
=	1.138.597	99,26	8.527	0,74	1.147.124	100,00



Servicios del hogar: Internet

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	887.362	77,34
NO	260.026	22,66
=	1.147.388	100,00

Servicios del hogar: Internet
Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	570.217	78,03	160.536	21,97	730.753	100,00
	313.613	76,05	98.750	23,95	412.363	100,00
OTRO	3.532	82,68	740	17,32	4.272	100,00
=	887.362	77,34	260.026	22,66	1.147.388	100,00



Preguntas nivel: Principal Generador de Ingresos (PGI)

¿Es usted el/la principal generador/a de ingresos de su hogar?











CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	493.637	42,15
NO	677.408	57,85
=	1.171.045	100,00

¿Es usted el/la principal generador/a de ingresos de su hogar?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	268.317	36,06	475.809	63,94	744.126	100,00
	223.995	53,10	197.863	46,90	421.858	100,00
OTRO	1.325	31,02	2.947	68,98	4.272	100,00
=	493.637	42,18	676.619	57,82	1.170.256	100,00

¿Cuál fue el NIVEL más alto de instrucción que aprobó el principal generador de ingresos en el hogar?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
NINGUNO		11.366	0,97
PRIMARIA INCOMPLETA		59.504	5,09
PRIMARIA COMPLETA		102.653	8,78
SECUNDARIA INCOMPLETA		78.340	6,7
SECUNDARIA COMPLETA		342.116	29,25
TÉCNICO MEDIO O SUPERIOR		168.502	14,41
UNIVERSITARIA INCOMPLETA		82.730	7,07
UNIVERSITARIA COMPLETA O MAS		311.292	26,61
OTRO (ESPECIFIQUE)		13.233	1,13
TOTAL		1.169.736	100,00
















¿Cuál fue el nivel más alto de instrucción que aprobó el principal generador de ingresos en el hogar?

Grupo de análisis: Género

NINGUNO				PRIMARIA INCOMPLETA			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		4.174	0,56			28.155	3,78
		6.971	1,65			31.349	7,44
	OTRO	221	5,17		OTRO	0	0,00
TOTAL	=	11.366	0,97	TOTAL	=	59.504	5,09
PRIMARIA COMPLETA				SECUNDARIA INCOMPLETA			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		61.722	8,30			49.420	6,64
		40.931	9,71			28.920	6,86
	OTRO	0	0,00		OTRO	0	0,00
TOTAL	=	102.653	8,78	TOTAL	=	78.340	6,70
SECUNDARIA COMPLETA							
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE				
		229.779	30,89				
		111.809	26,52				
	OTRO	528	12,36				
TOTAL	=	342.116	29,25				

¿Cuál fue el nivel más alto de instrucción que aprobó el principal generador de ingresos en el hogar?

Grupo de análisis: Género



TÉCNICO MEDIO O SUPERIOR				UNIVERSITARIA INCOMPLETA			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		108.864	14,63			55.970	7,52
		59.638	14,15			26.052	6,18
	OTRO	0	0,00		OTRO	708	16,57
TOTAL	=	168.502	14,41	TOTAL	=	82.730	7,07
UNIVERSITARIA COMPLETA O MAS				OTRO (ESPECIFIQUE)			
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE		GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		196.321	26,39			9.461	1,27
		112.896	26,78			3.032	0,72
	OTRO	2.075	48,57		OTRO	740	17,32
TOTAL	=	311.292	26,61	TOTAL	=	13.233	1,13
TOTAL							
	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE				
		743.866	100,00				
		421.598	100,00				
	OTRO	4.272	100,00				
TOTAL	=	1.169.736	100,00				

¿Algún miembro de su hogar ha quedado sin trabajo durante la pandemia?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	724.314	62,03
NO	443.402	37,97
=	1.167.716	100,00

¿Algún miembro de su hogar ha quedado sin trabajo durante la pandemia?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	451.857	60,84	290.738	39,16	742.640	100,00
	269.413	64,02	151.391	35,98	420.804	100,00
OTRO	3.044	71,25	1.228	28,75	4.272	100,00
=	724.314	62,03	443.402	37,97	1.167.716	100,00



El/La/Los miembros del hogar sin empleo ¿han retornado a trabajar?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	497.228	68,70
NO	226.560	31,30
=	723.788	100,00

El/La/Los miembros del hogar sin empleo ¿han retornado a trabajar?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	312.265	69,15	139.326	30,85	451.591	100,00
	182.405	67,77	86.748	32,23	269.153	100,00
OTRO	2.558	84,03	486	15,97	3.044	100,00
=	497.228	68,70	226.560	31,30	723.788	100,00

Entre éstas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	305.357	61,41
NO	191.871	38,59
=	497.228	100,00

Entre éstas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	RETORNÓ A TRABAJAR		NO RETORNÓ A TRABAJAR		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	199.468	63,88	112.797	36,12	312.265	100,00
	104.345	57,21	78.060	42,79	182.405	100,00
OTRO	1.544	60,36	1.014	39,64	2.558	100,00
=	305.357	61,41	191.871	38,59	497.228	100,00

¿Algún miembro de su hogar ha comenzado a trabajar desde que se inició la crisis sanitaria?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	293.805	25,18
NO	873.230	74,82
=	1.167.035	100,00

¿Algún miembro de su hogar ha comenzado a trabajar desde que se inició la crisis sanitaria?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	193.076	26,01	549.298	73,99	742.374	100,00
	99.680	23,71	320.709	76,29	420.389	100,00
OTRO	1.049	24,56	3.223	75,44	4.272	100,00
=	293.805	25,18	873.230	74,82	1.167.035	100,00

¿Algún miembro del hogar ha incrementado sus horas de trabajo desde que inició la crisis sanitaria?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	332.420	28,50
NO	833.870	71,50
=	1.166.290	100,00






¿Algún miembro del hogar ha incrementado sus horas de trabajo desde que inició la crisis sanitaria?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	208.300	28,06	534.074	71,94	742.374	100,00
	123.106	29,34	296.538	70,66	419.644	100,00
OTRO	1.014	23,74	3.258	76,26	4.272	100,00
=	332.420	28,50	833.870	71,50	1.166.290	100,00



En el mes de febrero ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?		461.449	39,60
¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?		28.862	2,48
¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?		565.764	48,55
¿ESTABA SIN TRABAJO?		109.201	9,37
TOTAL		1.165.276	100,00

En el mes de febrero ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

Grupo de análisis: Género

¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		294.340	39,69
		164.947	39,33
	OTRO	2.162	50,61
TOTAL	=	461.449	39,60

¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		21.579	2,91
		7.283	1,74
	OTRO	0	0,00
TOTAL	=	28.862	2,48

¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		364.527	49,16
		199.647	47,60
	OTRO	1.590	37,22
TOTAL	=	565.764	48,55

¿ESTABA SIN TRABAJO?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		61.135	8,24
		47.546	11,34
	OTRO	520	12,17
TOTAL	=	109.201	9,37

TOTAL

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		741.581	100,00
		419.423	100,00
	OTRO	4.272	100,00
TOTAL	=	1.165.276	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente del principal generador de ingresos en su hogar en febrero?

	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA	13.366	2,92
MINERIA	2.874	0,63
MANUFACTURA	46.705	10,21
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	29.860	6,53
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	6.687	1,46
CONSTRUCCIÓN	38.763	8,47
TRANSPORTE	58.018	12,68
COMPRA Y VENTA	172.836	37,77
SERVICIOS FINANCIEROS	1.541	0,34
SERVICIOS PERSONALES	56.535	12,35
EDUCACIÓN	1.989	0,43
SALUD	7.020	1,53
ADMINISTRACIÓN PUBLICA	1.054	0,23
TURISMO	1.014	0,22
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERIA	12.827	2,80
OTRO	6.527	1,43
TOTAL	457.616	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente del principal generador de ingresos en su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	10.258	3,52	2.696	0,93	28.697	9,86
MUJER	3.108	1,89	178	0,11	17.744	10,80
OTRO	0	0,00	0	0,00	264	12,21
TOTAL	13.366	2,92	2.874	0,63	46.705	10,21

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	23.136	7,95	6.687	2,30	36.564	12,56
MUJER	5.532	3,37	0	0,00	2.199	1,34
OTRO	1.192	55,13	0	0,00	0	0,00
TOTAL	29.860	6,53	6.687	1,46	38.763	8,47

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	54.336	18,66	72.712	24,97	265	0,09
MUJER	3.682	2,24	99.903	60,81	1.276	0,78
OTRO	0	0,00	221	10,22	0	0,00
TOTAL	58.018	12,68	172.836	37,77	1.541	0,34

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	40.886	14,04	930	0,32	4.545	1,56
MUJER	15.649	9,53	1.059	0,64	2.475	1,51
OTRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	56.535	12,35	1989	0,43	7.020	1,53

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente del principal generador de ingresos en su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		TURISMO		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	266	0,09	750	0,26	4.265	1,46
MUJER	788	0,48	264	0,16	8.298	5,05
OTRO	0	0,00	0	0,00	264	12,21
TOTAL	1054	0,23	1014	0,22	12.827	2,80

GÉNERO	OTRO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	4.178	1,43	291.171	100,00
MUJER	2.128	1,30	164.283	100,00
OTRO	221	10,22	2162	100,00
TOTAL	6.527	1,43	457.616	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en febrero?

	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA	10.584	1,87
MINERIA	11.956	2,11
MANUFACTURA	51.669	9,13
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	41.716	7,37
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	11.361	2,01
CONSTRUCCIÓN	55.997	9,89
TRANSPORTE	29.918	5,29
COMPRA Y VENTA	53.523	9,46
SERVICIOS FINANCIEROS	20.208	3,57
SERVICIOS PERSONALES	85.232	15,06
EDUCACIÓN	40.392	7,14
SALUD	40.287	7,12
ADMINISTRACIÓN PUBLICA	80.260	14,18
TURISMO	784	0,14
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERIA	24.562	4,34
OTRO	7.629	1,35
TOTAL	566.078	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	9.092	2,49	10.716	2,93	37.881	10,37
MUJER	1.492	0,75	1.240	0,62	13.524	6,78
OTRO	0	0,00	0	0,00	264	16,60
TOTAL	10.584	1,87	11.956	2,11	51.669	9,13

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	31.442	8,61	10.614	2,91	50.644	13,87
MUJER	9.744	4,89	747	0,37	5.353	2,69
OTRO	530	33,33	0	0,00	0	0,00
TOTAL	41.716	7,37	11.361	2,01	55.997	9,89

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	26.104	7,15	30.249	8,28	12.421	3,40
MUJER	3.814	1,91	23.009	11,54	7.521	3,77
OTRO	0	0,00	265	16,67	266	16,73
TOTAL	29.918	5,29	53.523	9,46	20.208	3,57

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	41.758	11,44	19.637	5,38	17.014	4,66
MUJER	43.474	21,81	20.490	10,28	23.273	11,67
OTRO	0	0,00	265	16,67	0	0,00
TOTAL	85.232	15,06	40.392	7,14	40.287	7,12

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en febrero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		TURISMO		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	49.990	13,69	260	0,07	12.507	3,43
MUJER	30.270	15,18	524	0,26	12.055	6,05
OTRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	80.260	14,18	784	0,14	24.562	4,34



GÉNERO	OTRO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	4.810	1,32	365.139	100,00
MUJER	2.819	1,41	199.349	100,00
OTRO	0	0,00	1.590	100,00
TOTAL	7.629	1,35	566.078	100,00

El principal generador de ingresos de su hogar ¿cambió de actividad o trabajo en los últimos dos meses?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	206.786	17,76
NO	957.744	82,24
=	1.164.530	100

El principal generador de ingresos de su hogar ¿cambió de actividad o trabajo en los últimos dos meses?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	128.625	17,36	612.475	82,64	741.100	100,00
	77.632	18,52	341.526	81,48	419.158	100,00
OTRO	529	12,38	3.743	87,62	4.272	100,00
=	206.786	17,76	957.744	82,24	1.164.530	100,00



En el mes de julio ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?		72.906	35,26
¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?		4.067	1,97
¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?		101.409	49,04
¿ESTABA SIN TRABAJO?		28.404	13,74
TOTAL		206.786	100,00

En el mes de julio ¿en qué trabajaba el principal generador de ingresos?

Grupo de análisis: Género

¿EN SU PROPIO NEGOCIO, INDEPENDIENTE O CUENTA PROPIA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		47.687	37,07
		25.219	32,49
	OTRO	0	0,00
TOTAL		72.906	35,26

¿EN SU PROPIA ACTIVIDAD AGRÍCOLA, CRIANZA DE ANIMALES O PESCA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		3.541	2,75
		526	0,68
	OTRO	0	0,00
TOTAL		4.067	1,97

¿COMO EMPLEADO / OBRERO DE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA, EMPRESA PRIVADA U OTRA?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		61.671	47,95
		39.474	50,85
	OTRO	264	49,91
TOTAL		101.409	49,04

¿ESTABA SIN TRABAJO?

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		15.726	12,23
		12.413	15,99
	OTRO	265	50,09
TOTAL		28.404	13,74

TOTAL

	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
		128.625	100,00
		77.632	100,00
	OTRO	529	100,00
TOTAL		206.786	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente /cuenta propia del principal generador de ingresos en su hogar en julio?

	PORCENTAJE	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERÍA / PESCA	3,77	3,77
MINERÍA	0,21	0,21
MANUFACTURA	9,45	9,45
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	7,43	7,43
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	2,17	2,17
CONSTRUCCIÓN	6,21	6,21
TRANSPORTE	8,41	8,41
COMPRA Y VENTA	39,05	39,05
SERVICIOS FINANCIEROS	1,08	1,08
SERVICIOS PERSONALES	13,35	13,35
EDUCACIÓN	0	0
SALUD	0,36	0,36
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	0,97	0,97
TURISMO	0,36	0,36
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERÍA	4,71	4,71
OTRO	2,46	2,46
TOTAL	292.997	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente /cuenta propia del principal generador de ingresos en su hogar en julio?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	1.958	4,11	155	0,33	5.390	11,3
MUJER	792	3,14	0	0	1.502	5,96
TOTAL	2.750	3,77	155	0,21	6.892	9,45

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	4.154	8,71	1.315	2,76	4.267	8,95
MUJER	1.264	5,01	264	1,05	264	1,05
TOTAL	5.418	7,43	1.579	2,17	4.531	6,21

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	6.129	12,85	14.169	29,71	530	1,11
MUJER	0	0	14.300	56,7	260	1,03
TOTAL	6.129	8,41	28.469	39,05	790	1,08

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		SALUD		ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	6.296	13,2	0	0	485	1,02
MUJER	3.435	13,62	264	1,05	221	0,88
TOTAL	9.731	13,35	264	0,36	706	0,97

¿A qué se dedicaba principalmente el negocio propio/independiente /cuenta propia del principal generador de ingresos en su hogar en julio?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	TURISMO		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA		OTRO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	264	0,55	1.043	2,19	1.532	3,21
MUJER	0	0	2.393	9,49	260	1,03
TOTAL	264	0,36	3.436	4,71	1.792	2,46

GÉNERO	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	47.687	100,00
MUJER	25.219	100,00
TOTAL	72.906	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en julio?

	CANTIDAD	PORCENTAJE
AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA	1.806	1,78
MINERIA	1.195	1,18
MANUFACTURA	10.407	10,26
ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS	5.502	5,43
ELECTRICIDAD / AGUA / GAS	2.934	2,89
CONSTRUCCIÓN	13.033	12,85
TRANSPORTE	3.815	3,76
COMPRA Y VENTA	13.269	13,08
SERVICIOS FINANCIEROS	2.950	2,91
SERVICIOS PERSONALES	22.044	21,74
EDUCACIÓN	1.784	1,76
SALUD	3.825	3,77
ADMINISTRACIÓN PUBLICA	10.576	10,43
TURISMO	265	0,26
RESTAURANTES/ BARES/HOTELERIA	7.213	7,11
OTRO	791	0,78
TOTAL	101.409	100,00

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en julio?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	AGRICULTURA / GANADERIA / PESCA		MINERÍA		MANUFACTURA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	1.546	2,51	1.195	1,94	5.967	9,68
MUJER	260	0,66	0	0,00	4.176	10,58
OTRO	0	0,00	0	0,00	264	100
TOTAL	1.806	1,78	1.195	1,18	10.407	10,26

GÉNERO	ACTIVIDADES PROFESIONALES / CIENTÍFICAS / TÉCNICAS		ELECTRICIDAD / AGUA / GAS		CONSTRUCCIÓN	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	4.335	7,03	2.668	4,33	12.504	20,28
MUJER	1.167	2,96	266	0,67	529	1,34
OTRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	5.502	5,43	2.934	2,89	13.033	12,85

GÉNERO	TRANSPORTE		COMPRA Y VENTA		SERVICIOS FINANCIEROS	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	3.400	5,51	5.887	9,55	1.454	2,36
MUJER	415	1,05	7.382	18,7	1.496	3,79
OTRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	3.815	3,76	13.269	13,08	2.950	2,91

GÉNERO	SERVICIOS PERSONALES		EDUCACIÓN		SALUD	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	10.359	16,8	260	0,42	1.953	3,17
MUJER	11.685	29,6	1.524	3,86	1.872	4,74
OTRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	22.044	21,74	1.784	1,76	3.825	3,77

¿A qué se dedicaba principalmente la institución pública/empresa privada donde trabajaba el principal generador de ingresos de su hogar en julio?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA		TURISMO		RESTAURANTES/ BARES /HOTELERIA	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	5.597	9,08	0	0,00	4.021	6,52
MUJER	4.979	12,61	265	0,67	3.192	8,09
OTRO	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	10.576	10,43	265	0,26	7.213	7,11



GÉNERO	OTRO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOMBRE	525	0,85	61.671	100,00
MUJER	266	0,67	39.474	100,00
OTRO	0	0,00	264	100,00
TOTAL	791	0,78	101.409	100,00

¿Cuántos días a la semana trabajó regularmente el principal generador de ingresos de su hogar?


 2021	FEBRERO		
	CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	4.715	4,72	2,05
JULIO			
CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
4.715	4,82	1,98	

¿Cuántos días a la semana trabajó regularmente el principal generador de ingresos de su hogar?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	FEBRERO			JULIO		
	CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	3.002	4,82	1,98	3.002	4,94	1,90
	1.696	4,55	2,18	1.696	4,62	2,12

¿Cuántas horas en promedio trabajó al día el principal generador de ingresos de su hogar en 2021?

 2021	FEBRERO		
	CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	4.712	7,75	4,01
JULIO			
CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	
4.712	7,89	3,94	

¿Cuántas horas en promedio trabajó al día el principal generador de ingresos de su hogar en 2021?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	FEBRERO			JULIO		
	CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR	CANTIDAD	PORCENTAJE	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
	3.000	7,92	3,91	3.000	8,11	3,86
	1.695	7,44	4,18	1.695	7,49	4,06

Algún miembro de su hogar, incluido usted, ¿han recibido salarios disminuidos o bajaron sus ganancias desde enero?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	518.093	44,64
NO	642.481	55,36
=	1.160.574	100,00

Algún miembro de su hogar, incluido usted, ¿han recibido salarios disminuidos o bajaron sus ganancias desde enero?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	318.488	43,11	420.264	56,89	738.752	100,00
	197.351	47,26	220.199	52,74	417.550	100,00
OTRO	2.254	52,76	2.018	47,24	4.272	100,00
=	518.093	44,64	642.481	55,36	1.160.574	100,00



Entre estas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	420.348	81,21
NO	97.259	18,79
=	517.607	100,00

Entre estas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

Grupo de análisis: Género



GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	256.617	80,70	61.385	19,30	318.002	100,00
	162.405	82,29	34.946	17,71	197.351	100,00
OTRO	1.326	58,83	928	41,17	2.254	100,00
=	420.348	81,21	97.259	18,79	517.607	100,00

Entre estas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	104.348	51,92
NO	96.627	48,08
=	200.975	100,00

Entre estas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

Grupo de análisis: Género





GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	63.916	49,32	65.675	50,68	129.591	100,00
	39.682	56,78	30.203	43,22	69.885	100,00
OTRO	750	50,03	749	49,97	1.499	100,00
=	104.348	51,92	96.627	48,08	200.975	100,00





A partir de enero 2021 ¿algún miembro del hogar ha retornado a su trabajo presencial?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	163.909	72,61
NO	57.005	25,25
NUNCA	4.838	2,14
=	225.752	100,00

A partir de enero 2021 ¿algún miembro del hogar ha retornado a su trabajo presencial?

Grupo de análisis: Género

SI			NO		
GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
	107.942	74,23		34.730	23,88
	55.218	70,04		21.525	27,30
OTRO	749	49,97	OTRO	750	50,03
=	163.909	72,61	=	57.005	25,25



NUNCA DEJÓ/ DEJARON EL TRABAJO PRESENCIAL			TOTAL		
GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE	GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
	2.744	1,89		145.416	100,00
	2.094	2,66		78.837	100,00
OTRO	0	0,00	OTRO	1.499	100,00
=	4.838	2,14	=	225.752	100,00

Entre éstas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	98.301	59,97
NO	65.608	40,03
=	163.909	100,00

Entre éstas personas, ¿se encuentra el principal generador de ingresos del hogar?

Grupo de análisis: Género

GÉNERO	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
	62.885	58,26	45.057	41,74	107.942	100,00
	34.931	63,26	20.287	36,74	55.218	100,00
OTRO	485	64,75	264	35,25	749	100,00
=	98.301	59,97	65.608	40,03	163.909	100,00



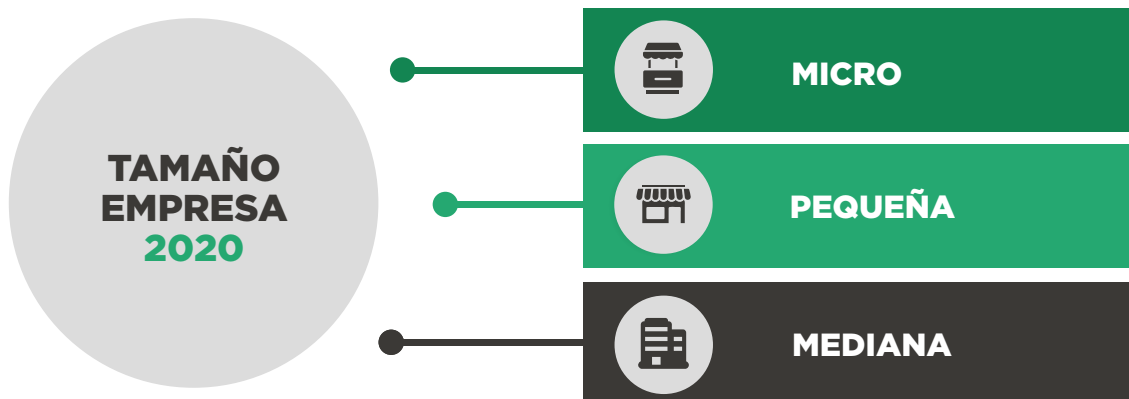
ENCUESTAS DE EMPRESAS

Año 2020




¿Hace cuánto tiempo funciona su negocio?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa



	TOTAL MICRO	TOTAL PEQUEÑA	TOTAL MEDIANA	TOTAL
CANTIDAD	241.263	46.307	10.218	297.788

¿Hace cuánto tiempo funciona su negocio?

	TIEMPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
 <p>2020</p>	MENOS DE 1 AÑO	28.472	9,56
	DE 1 A 2 AÑOS	77.367	25,98
	DE 3 A 4 AÑOS	38.287	12,86
	DE 5 A 10 AÑOS	80.368	26,99
	MÁS DE 10 AÑOS	73.294	24,61
	TOTAL	297.788	100,00

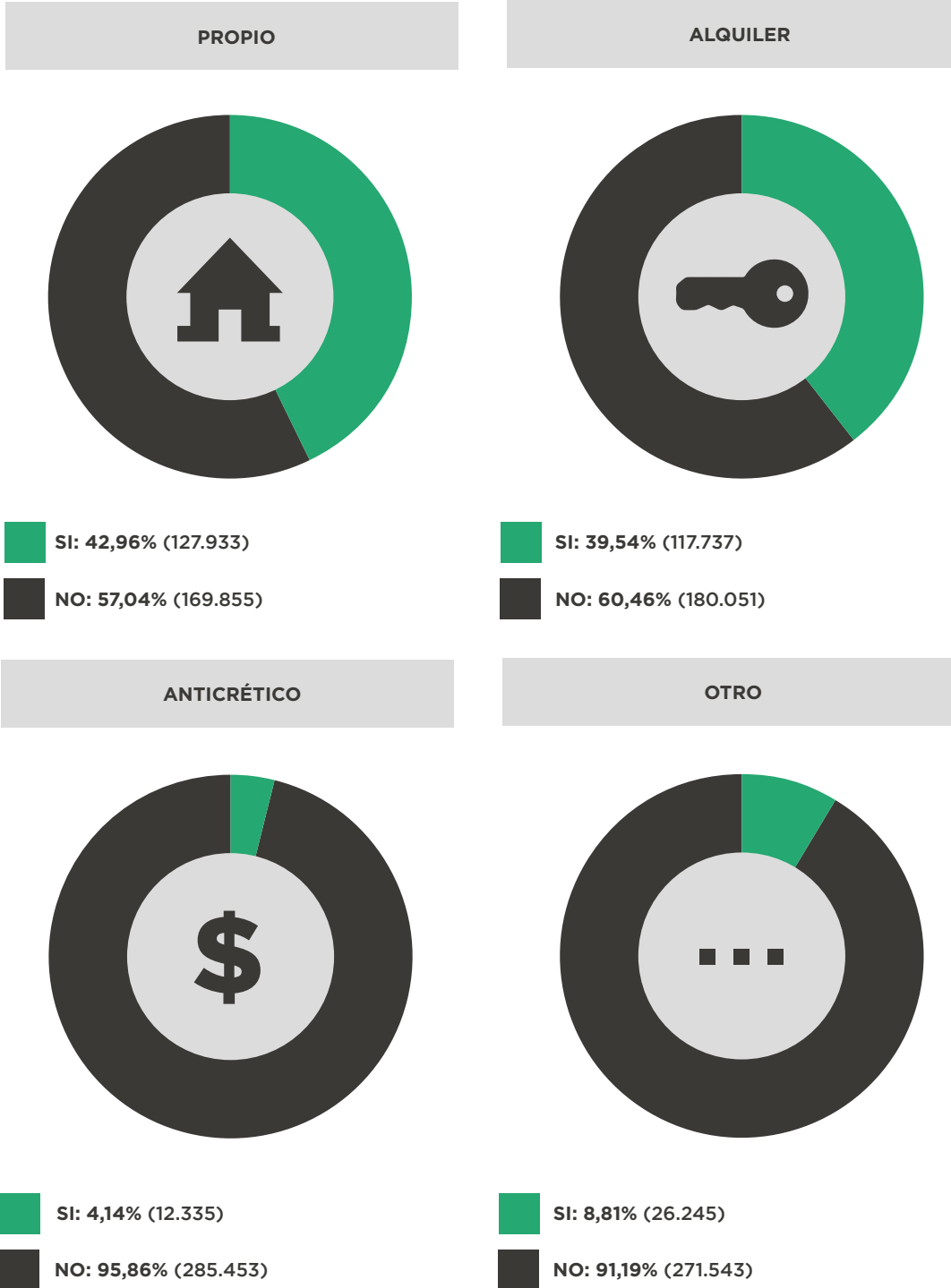
¿Hace cuánto tiempo funciona su negocio?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

MENOS DE 1 AÑO				DE 1 A 2 AÑOS			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		20.975	8,69	MICRO		66.951	27,75
PEQUEÑA		6.042	13,05	PEQUEÑA		7.296	15,76
MEDIANA		1.455	14,24	MEDIANA		3.120	30,53
TOTAL		28.472	9,56	TOTAL		77.367	25,98
DE 3 A 4 AÑOS				DE 5 A 10 AÑOS			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		31.265	12,96	MICRO		61.614	25,54
PEQUEÑA		6.469	13,97	PEQUEÑA		16.903	36,50
MEDIANA		553	5,41	MEDIANA		1.851	18,12
TOTAL		38.287	12,86	TOTAL		80.368	26,99
MÁS DE 10 AÑOS				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		60.458	25,06	MICRO		241.263	100,00
PEQUEÑA		9.597	20,72	PEQUEÑA		46.307	100,00
MEDIANA		3.239	31,70	MEDIANA		10.218	100,00
TOTAL		73.294	24,61	TOTAL		297.788	100,00



El negocio cuenta con locales o ambientes de venta al público (distribuidoras), puntos de atención u oficinas



El negocio cuenta con locales o ambientes de venta al público (distribuidoras), puntos de atención u oficinas

Grupo de análisis: tamaño de la empresa (Parte 1)

PROPIO						
TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	100.191	41,53	141.072	58,47	241.263	100,00
PEQUEÑA	22.773	49,18	23.534	50,82	46.307	100,00
MEDIANA	4.969	48,63	5.249	51,37	10.218	100,00
TOTAL	127.933	42,96	169.855	57,04	297.788	100,00

ALQUILER						
TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	96.134	39,85	145.129	60,15	241.263	100,00
PEQUEÑA	16.953	36,61	29.354	63,39	46.307	100,00
MEDIANA	4.650	45,51	5.568	54,49	10.218	100,00
TOTAL	117.737	39,54	180.051	60,46	297.788	100,00

El negocio cuenta con locales o ambientes de venta al público (distribuidoras), puntos de atención u oficinas


Grupo de análisis: tamaño de la empresa (Parte 2)

ANTICRÉTICO						
TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	10.964	4,54	230.299	95,46	241.263	100,00
PEQUEÑA	1.070	2,31	45.237	97,69	46.307	100,00
MEDIANA	301	2,95	9.917	97,05	10.218	100,00
TOTAL	12.335	4,14	285.453	95,86	297.788	100,00

OTRO						
TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	22.645	9,39	218.618	90,61	241.263	100,00
PEQUEÑA	3.108	6,71	43.199	93,29	46.307	100,00
MEDIANA	492	4,82	9.726	95,18	10.218	100,00
TOTAL	26.245	8,81	271.543	91,19	297.788	100,00



¿Después de la cuarentena, su negocio está desarrollando la misma actividad económica?

CUARENTENA		CANTIDAD	PORCENTAJE
 2020	SI	173.090	58,13
	NO	31.881	10,71
	SI, ADEMÁS DE OTRA ACTIVIDAD	9.653	3,24
	NO HUBO ACTIVIDAD	83.164	27,93
	TOTAL	297.788	100,01

¿Después de la cuarentena, su negocio está desarrollando la misma actividad económica?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

SI				NO			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		130.891	54,25	MICRO		30.181	12,51
PEQUEÑA		34.437	74,37	PEQUEÑA		1.126	2,43
MEDIANA		7.762	75,96	MEDIANA		574	5,62
TOTAL		173.090	58,13	TOTAL		31.881	10,71

SI, ADEMÁS DE OTRA ACTIVIDAD				NO HUBO ACTIVIDAD			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		8.033	3,33	MICRO		72.158	29,91
PEQUEÑA		1.322	2,85	PEQUEÑA		9.422	20,35
MEDIANA		298	2,92	MEDIANA		1.584	15,50
TOTAL		9.653	3,24	TOTAL		83.164	27,93

TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		241.263	100,00
PEQUEÑA		46.307	100,00
MEDIANA		10.218	100,00
TOTAL		297.788	100,00



En qué medida la pandemia por Covid-19 ha impactado sobre su empresa?

TIPO	PORCENTAJE	CANTIDAD
NADA	1,97%	5.879
POCO	3,82%	11.377
ALGO	6,39%	19.042
BASTANTE	33,95%	101.092
MUCHO	53,86%	160.398
TOTAL	100%	297.788

En qué medida la pandemia por Covid-19 ha impactado sobre su empresa?


Grupo de análisis: Tamaño de empresa

NADA				POCO			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		3.071	1,27	MICRO		7.793	3,23
PEQUEÑA		2.667	5,76	PEQUEÑA		2.997	6,47
MEDIANA		141	1,38	MEDIANA		587	5,74
TOTAL		5.879	1,97	TOTAL		11.377	3,82

ALGO				BASTANTE			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		14.140	5,86	MICRO		82.448	34,17
PEQUEÑA		4.038	8,72	PEQUEÑA		14.710	31,77
MEDIANA		864	8,46	MEDIANA		3.934	38,50
TOTAL		19.042	6,39	TOTAL		101.092	33,95

















MUCHO				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		133.811	55,46	MICRO		241.263	100,00
PEQUEÑA		21.895	47,28	PEQUEÑA		46.307	100,00
MEDIANA		4.692	45,92	MEDIANA		10.218	100,00
TOTAL		160.398	53,86	TOTAL		297.788	100,00

¿Ha tenido que parar el funcionamiento de su negocio a causa de la crisis sanitaria por COVID-19?

	TIEMPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
	TOTALMENTE	205.684	69,07
	PARCIALMENTE	75.971	25,51
	FUNCIONÓ CON NORMALIDAD	16.133	5,42
	TOTAL	297.788	100,00

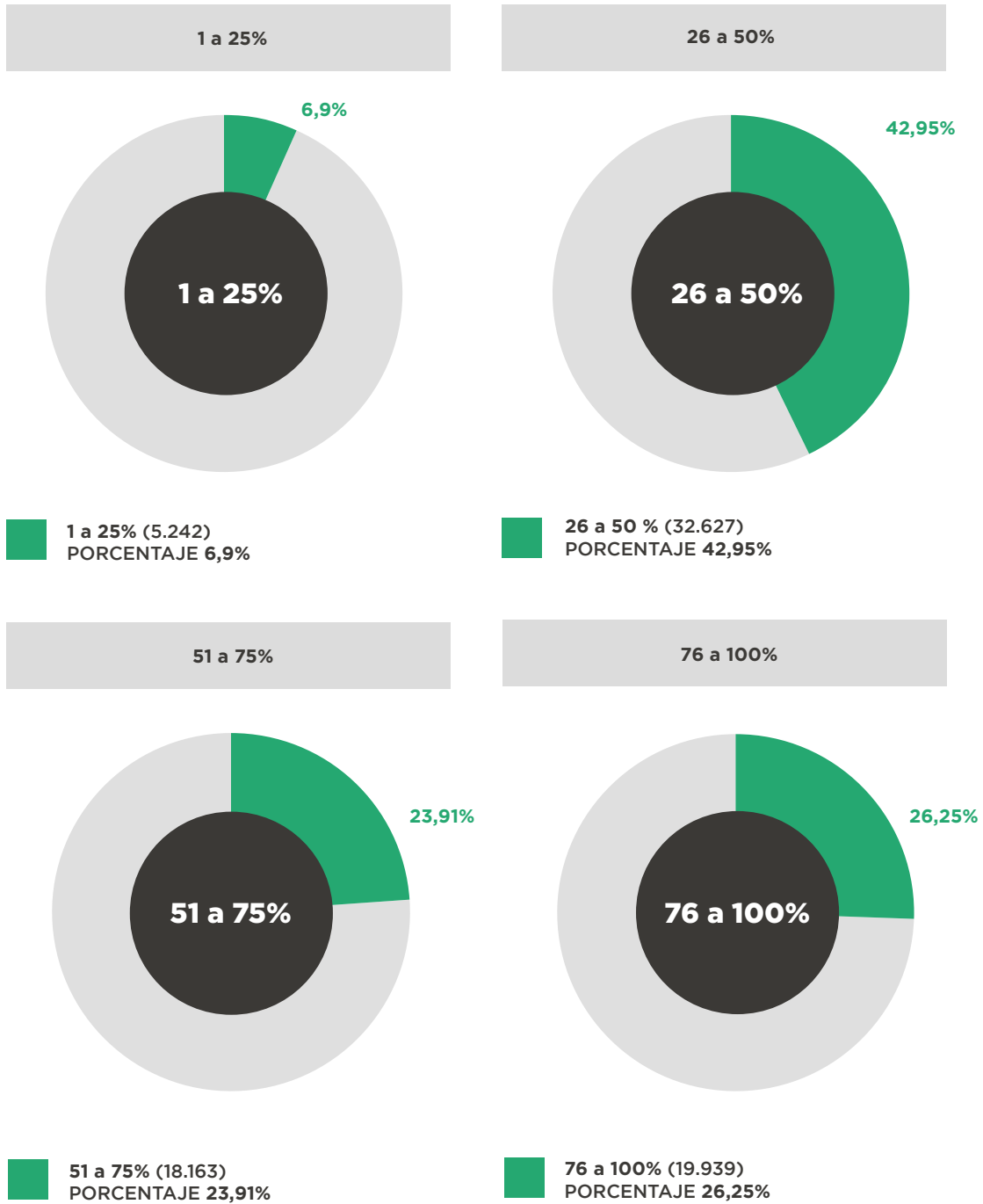
¿Ha tenido que parar el funcionamiento de su negocio a causa de la crisis sanitaria por COVID-19?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TOTALMENTE				PARCIALMENTE			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		169.339	70,19	MICRO		61.977	25,69
PEQUEÑA		29.996	64,78	PEQUEÑA		11.019	23,80
MEDIANA		6.349	62,14	MEDIANA		2.975	29,12
TOTAL		205.684	69,07	TOTAL		75.971	25,51
FUNCIONÓ CON NORMALIDAD				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		9.947	4,12	MICRO		241.263	100,00
PEQUEÑA		5.292	11,43	PEQUEÑA		46.307	100,00
MEDIANA		894	8,75	MEDIANA		10.218	100,00
TOTAL		16.133	5,42	TOTAL		297.788	100,00











¿En qué porcentaje ha tenido que parar por la crisis sanitaria por COVID-19?















	TOTAL 1 A 25%	TOTAL 26 A 50%	TOTAL 51 A 75%	TOTAL 76 A 100%	TOTAL
CANTIDAD	5.242	32.697	18.163	19.939	75.971

¿En qué porcentaje ha tenido que parar por la crisis sanitaria por COVID-19?


Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

1 a 25%				26 a 50%			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		3.276	5,29	MICRO		27.064	43,67
PEQUEÑA		1.715	15,56	PEQUEÑA		4.170	37,84
MEDIANA		251	8,44	MEDIANA		1.393	46,82
TOTAL		5.242	9,76	TOTAL		32.627	42,78

51 a 75%				76 a 100%			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		15.328	24,73	MICRO		16.309	26,31
PEQUEÑA		2.202	19,98	PEQUEÑA		2.932	26,61
MEDIANA		633	21,28	MEDIANA		698	23,46
TOTAL		18.163	22,00	TOTAL		19.939	25,46

TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		61.977	100,00
PEQUEÑA		11.019	100,00
MEDIANA		2.975	100,00
TOTAL		75.971	100,00

¿Su negocio reinició actividades en la actualidad?

AÑO 2020	CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
	SI	194.027	68,89
	NO	87.628	31,11
	=	281.655	100,00

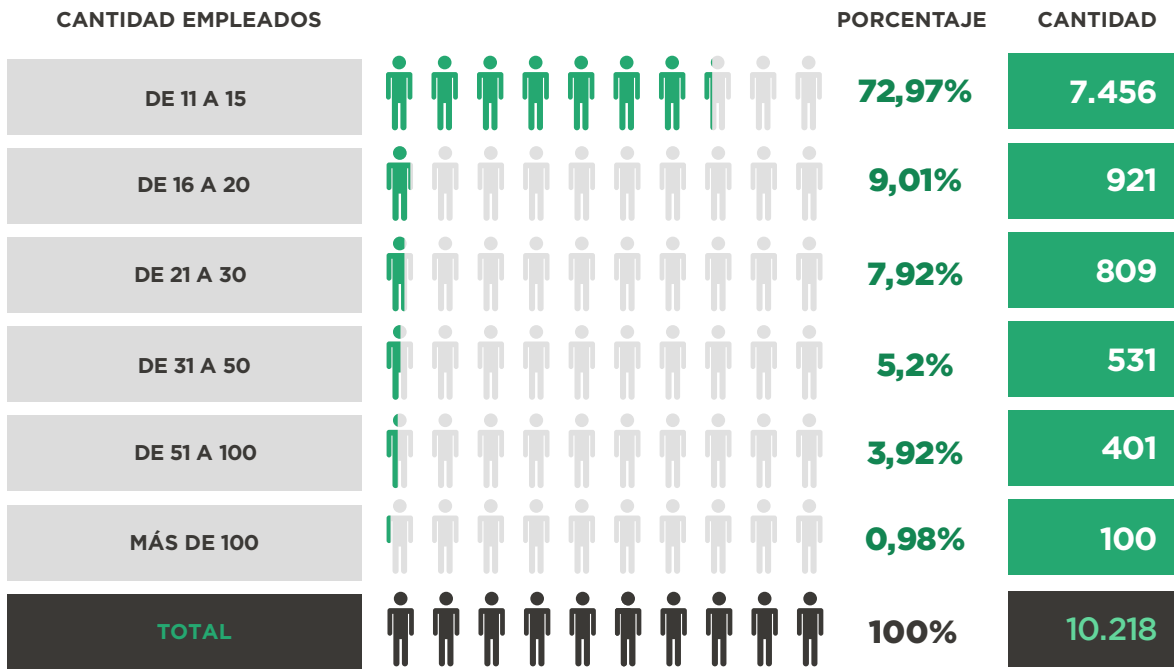
¿Su negocio reinició actividades en la actualidad?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	156.335	67,59	74.981	32,41	231.316	100,00
PEQUEÑA	30.482	74,32	10.533	25,68	41.015	100,00
MEDIANA	7.210	77,33	2.114	22,67	9.324	100,00
TOTAL	194.027	68,89	87.628	31,11	281.655	100,00



¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su empresa a mayo de 2019?





¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su empresa a mayo de 2019.

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

DE 11 A 15			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		7.456	72,97
TOTAL	=	7.456	72,97

DE 16 A 20			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		921	9,01
TOTAL	=	921	9,01

DE 21 A 30			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		809	7,92
TOTAL	=	809	7,92

DE 31 A 50			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		531	5,20
TOTAL	=	531	5,20

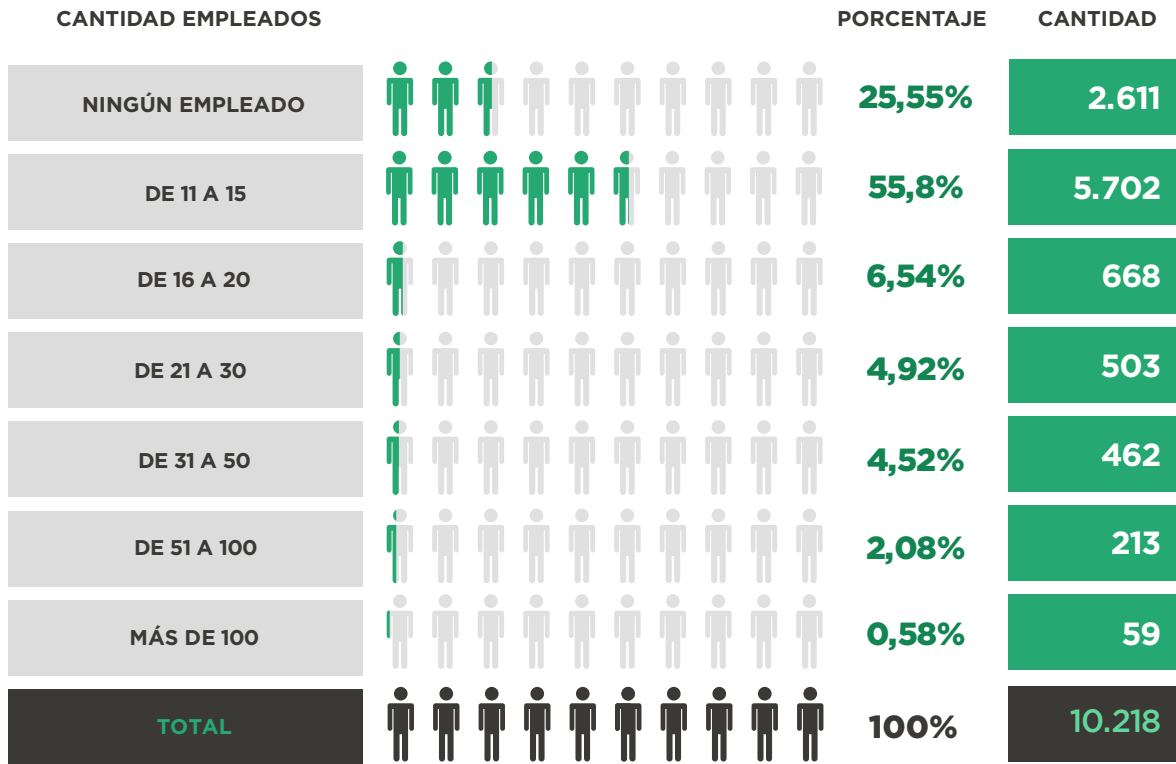
DE 51 A 100			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		401	3,92
TOTAL	=	401	3,92

MÁS DE 100			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		100	0,98
TOTAL	=	100	0,98

TOTAL			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		10.218	100,00
TOTAL	=	10.218	100,00



¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su empresa a mayo de 2020?



¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su empresa a mayo de 2020?

Grupo de análisis: Tamaño de empresa

NINGÚN EMPLEADO			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		2.611	25,55
TOTAL	=	2.611	25,55

DE 11 A 15			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		5.702	55,80
TOTAL	=	5.702	55,80


DE 16 A 20			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		668	6,54
TOTAL	=	668	6,54

DE 21 A 30			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		503	4,92
TOTAL	=	503	4,92

DE 31 A 50			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		462	4,52
TOTAL	=	462	4,52

DE 51 A 100			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		213	2,08
TOTAL	=	213	2,08

MÁS DE 100			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		59	100,00
TOTAL	=	59	100,00

TOTAL			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		10.218	100,00
TOTAL	=	10.218	100,00

¿Su empresa afilió a sus empleados/as a las administradoras de fondos de pensiones?

TIPO		PORCENTAJE	CANTIDAD
SI	✓	20,32%	60.514
NO	✗	79,68%	237.274
TOTAL	=	100%	297.788

¿Su empresa afilió a sus empleados/as a las administradoras de fondos de pensiones?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	36.347	15,07	204.916	84,93	241.263	100,00
PEQUEÑA	17.837	38,52	28.470	61,48	46.307	100,00
MEDIANA	6.330	61,95	3.888	38,05	10.218	100,00
TOTAL	60.514	20,32	237.274	79,68	297.788	100,00

¿Su empresa afilió a sus empleados/as a las administradoras de fondos de pensiones?

Grupo de análisis: Actividad

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
COMERCIO	10.486	18,93	44.918	81,07	55.404	100,00
SERVICIOS	27.727	23,08	92.433	76,92	120.160	100,00
MANUFACTURA	7.927	9,81	72.883	90,19	80.810	100,00
OTROS	14.374	34,71	27.040	65,29	41.414	100,00
TOTAL	60.514	20,32	237.274	79,68	297.788	100,00

¿Cuáles son las medidas que ha tomado su negocio durante la cuarentena rígida?

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DESPEDIR EMPLEADOS/AS	23.943	8,04	273.845	91,96
CONTRATAR MAYOR PERSONAL	8.510	2,86	289.278	97,14
MEDIDAS DE TELETRABAJO (ZOOM, WEBEX, ETC)	44.052	14,79	253.736	85,21
REDUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	92.954	31,21	204.834	68,79
REDUCCIÓN DE VENTAS	110.556	37,13	187.232	62,87
POSTERGAR INVERSIONES/ PLANES CRECIMIENTO	72.876	24,47	224.912	75,53
SOLICITAR PRÉSTAMOS	31.725	10,65	266.063	89,35
DIVERSIFICAR MEDIOS DE PAGO	31.530	10,59	266.258	89,41
DIVERSIFICAR GIRO DE NEGOCIO	32.281	10,84	265.507	89,16
MEJORAR LOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL LUGAR DE TRABAJO	150.332	50,48	147.456	49,52
IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	187.437	62,94	110.351	37,06
BRINDAR APOYO PSICOSOCIAL A LOS EMPLEADOS	51.036	17,14	246.752	82,86
CERRAR DEFINITIVAMENTE EL NEGOCIO	18.832	6,32	278.956	93,68
CERRAR TEMPORALMENTE EL NEGOCIO	78.550	26,38	219.238	73,62
SOPORTE LEGAL	4.791	1,66	283.330	98,34

Señale qué aspectos considera como principales amenazas para su empresa

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FALTA DE INSUMOS/MATERIAS PRIMAS NACIONALES	1.950	19,08	8.268	80,92
FALTA DE INSUMOS/MATERIAS PRIMAS IMPORTADAS	2.281	22,32	7.937	77,68
FALTA DE MERCADERÍA PARA REVENTA	1.288	12,61	8.930	87,39
ALTOS PRECIOS DE INSUMOS / MATERIAS PRIMAS	2.805	27,45	7.413	72,55
DISMINUCIÓN DE LA DEMANDA / NO HAY VENTAS	7.205	70,51	3.013	29,49
MAYOR COMPETENCIA PARA MI NEGOCIO	3.505	34,3	6.713	65,7
NO SE PUEDE ACCEDER A LOCALES COMERCIALES	1.020	9,98	9.198	90,02
NATURALEZA DEL PRODUCTO/ SERVICIO OFERTADO ES NETAMENTE PRESENCIAL	4.466	43,71	5.752	56,29
FALTA DE ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	2.036	19,93	8.182	80,07
FALTA DE MOBILIARIO/ INFRAESTRUCTURA PARA TELETRABAJO	1.003	9,82	9.215	90,18
FALTA DE ACCESO A INTERNET	1.002	9,81	9.216	90,19
PROBLEMAS PARA USO DE MEDIOS DIGITALES/ TECNOLOGÍA	1.153	11,28	9.065	88,72
PROBLEMAS DE LIQUIDEZ (RETRASO DE PAGOS)	5.183	50,72	5.035	49,28
LIMITADAS OPCIONES DE PAGO	2.690	26,33	7.528	73,67
EJECUCIÓN HIPOTECARIA DE DEUDAS	842	8,24	9.376	91,76
PROBLEMAS LEGALES	725	7,1	9.493	92,9
PÉRDIDA DE CLIENTES	5.275	51,62	4.943	48,38
LIMITACIONES PARA SATISFACER LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD	1.683	16,47	8.535	83,53
COMPRAS ESTATALES E INVERSIÓN PÚBLICA	1.629	15,94	8.589	84,06
DISMINUCIÓN DE EXPORTACIONES	668	6,54	9.550	93,46
OTRO	1.336	13,07	8.882	86,93

¿Cuáles son las medidas que ha tomado su empresa durante la cuarentena rígida?

Empresas medianas

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DESPEDIR EMPLEADOS/AS	51.466	17,28	246.322	82,72
CONTRATAR MAYOR PERSONAL	3.758	1,26	294.030	98,74
MEDIDAS DE TELETRABAJO (ZOOM, WEBEX, ETC)	32.783	11,01	265.005	88,99
REDUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	78.520	26,37	219.268	73,63
REDUCCIÓN DE VENTAS	90.918	30,53	206.870	69,47
POSTERGAR INVERSIONES/ PLANES CRECIMIENTO	73.261	24,60	224.527	75,40
SOLICITAR PRÉSTAMOS	14.307	4,80	283.481	95,20
DIVERSIFICAR MEDIOS DE PAGO	27.236	9,15	270.552	90,85
DIVERSIFICAR GIRO DE NEGOCIO	21.465	7,21	276.323	92,79
MEJORAR LOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL LUGAR DE TRABAJO	85.522	28,72	212.266	71,28
IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	98.852	33,20	198.936	66,80
BRINDAR APOYO PSICOSOCIAL A LOS EMPLEADOS	36.961	12,41	260.827	87,59
CERRAR DEFINITIVAMENTE EL NEGOCIO	28.850	9,69	268.938	90,31
CERRAR TEMPORALMENTE EL NEGOCIO	211.003	70,86	86.785	29,14
OTRO	4.791	1,61	292.997	98,39

¿Cuáles de las siguientes opciones requiere para reactivar económicamente su negocio?

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
CAPACITACIÓN EN MEDIOS DIGITALES	100.699	33,82	197.089	66,18
ASESORÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA PERSONALIZADA	83.159	27,93	214.629	72,07
MEDIOS DE PAGO ALTERNATIVOS AL EFECTIVO	97.779	32,84	200.009	67,16
INSUMOS	113.135	37,99	184.653	62,01
MERCADERÍA	82.416	27,68	215.372	72,32
INYECCIÓN DE CAPITAL A TRAVÉS DE PRÉSTAMOS	216.744	72,78	81.044	27,22
TRANSFERENCIA EN EFECTIVO (DONACIONES)	106.499	35,76	191.289	64,24
EQUIPO Y/O MAQUINARIA	109.526	36,78	188.262	63,22
MEJORAR EL ACCESO AL MERCADO	156.871	52,68	140.917	47,32
INFORMACIÓN MEJORADA SOBRE MERCADOS Y PRECIOS	129.105	43,35	168.683	56,65
ACCESO A COMPRAS ESTATALES (DESAYUNO ESCOLAR, COMPRO BOLIVIANO)	99.186	33,31	198.602	66,69
CENTROS DE INNOVACIÓN Y APOYO TECNOLÓGICO	105.855	35,55	191.933	64,45
FACILIDADES PARA LA EXPORTACIÓN	68.781	23,1	229.007	76,9
DIFERIMIENTOS IMPOSITIVOS	111.545	37,46	186.243	62,54
SOPORTE LEGAL	83.649	28,09	214.139	71,91
OTRO (ESPECIFIQUE)	45.695	15,34	252.093	84,66

Señale qué aspectos considera como principales amenazas para su negocio

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FALTA DE MERCADERÍA PARA REVENTA/ MATERIAS PRIMAS / INSUMOS	110.947	38,58	176.623	61,42
ALTOS PRECIOS DE INSUMOS /MATERIAS PRIMAS	116.226	40,42	171.344	59,58
DISMINUCIÓN DE LAS VENTAS	188.132	65,42	99.438	34,58
MAYOR COMPETENCIA PARA MI NEGOCIO	138.128	48,03	149.442	51,97
NO TIENE ACCESO A UN LOCAL COMERCIAL PARA LA DISTRIBUCIÓN DE SUS PRODUCTOS	59.169	20,58	228.401	79,42
FALTA DE HERRAMIENTAS E INSUMOS TECNOLÓGICOS (MARKETING DIGITAL, EQUIPO PARA TELETRABAJO, ACCESO A INTERNET, DIFICULTAD EN EL USO DE MEDIOS DIGITALES)	78.484	27,29	209.086	72,71
PROBLEMAS PARA REALIZAR SUS PAGOS (RETRASOS)	109.169	37,96	178.401	62,04
PROBLEMAS HIPOTECARIOS O LEGALES	44.119	15,34	243.451	84,66
LIMITACIONES PARA SATISFACER LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD	66.229	23,03	221.341	76,97
OTRO	74.430	25,88	213.140	74,12

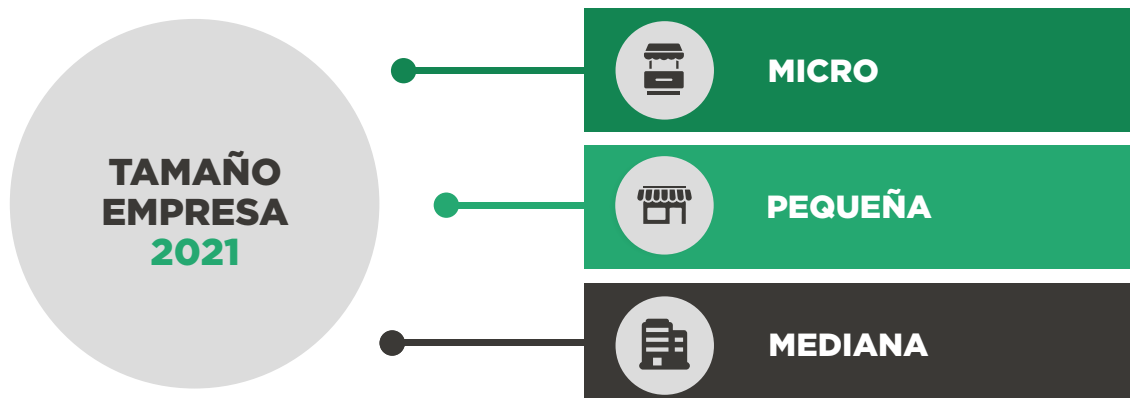


ENCUESTAS DE EMPRESAS

Año 2021




¿Hace cuánto tiempo funciona su negocio? Grupo de análisis: Tamaño de la empresa



















	TOTAL MICRO	TOTAL PEQUEÑA	TOTAL MEDIANA	TOTAL
CANTIDAD	162.319	40.741	6.316	209.376









¿Hace cuánto tiempo funciona su negocio?

	TIEMPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
 <p>2021</p>	MENOS DE 1 AÑO	8.148	3,89
	DE 1 A 2 AÑOS	22.743	10,86
	DE 3 A 4 AÑOS	38.907	18,58
	DE 5 A 10 AÑOS	71.105	33,96
	MÁS DE 10 AÑOS	68.473	32,7
	TOTAL	209.376	99,00











¿Hace cuánto tiempo funciona su negocio? Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

MENOS DE 1 AÑO				DE 1 A 2 AÑOS			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		4.199	2,59	MICRO		17.380	10,71
PEQUEÑA		3.582	8,79	PEQUEÑA		4.175	10,25
MEDIANA		367	5,81	MEDIANA		1.188	18,81
TOTAL		8.148	3,89	TOTAL		22.743	10,86

DE 3 A 4 AÑOS				DE 5 A 10 AÑOS			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		32.294	19,90	MICRO		56.014	34,51
PEQUEÑA		5.536	13,59	PEQUEÑA		13.933	34,20
MEDIANA		1.077	17,05	MEDIANA		1.158	18,33
TOTAL		38.907	18,58	TOTAL		71.105	33,96

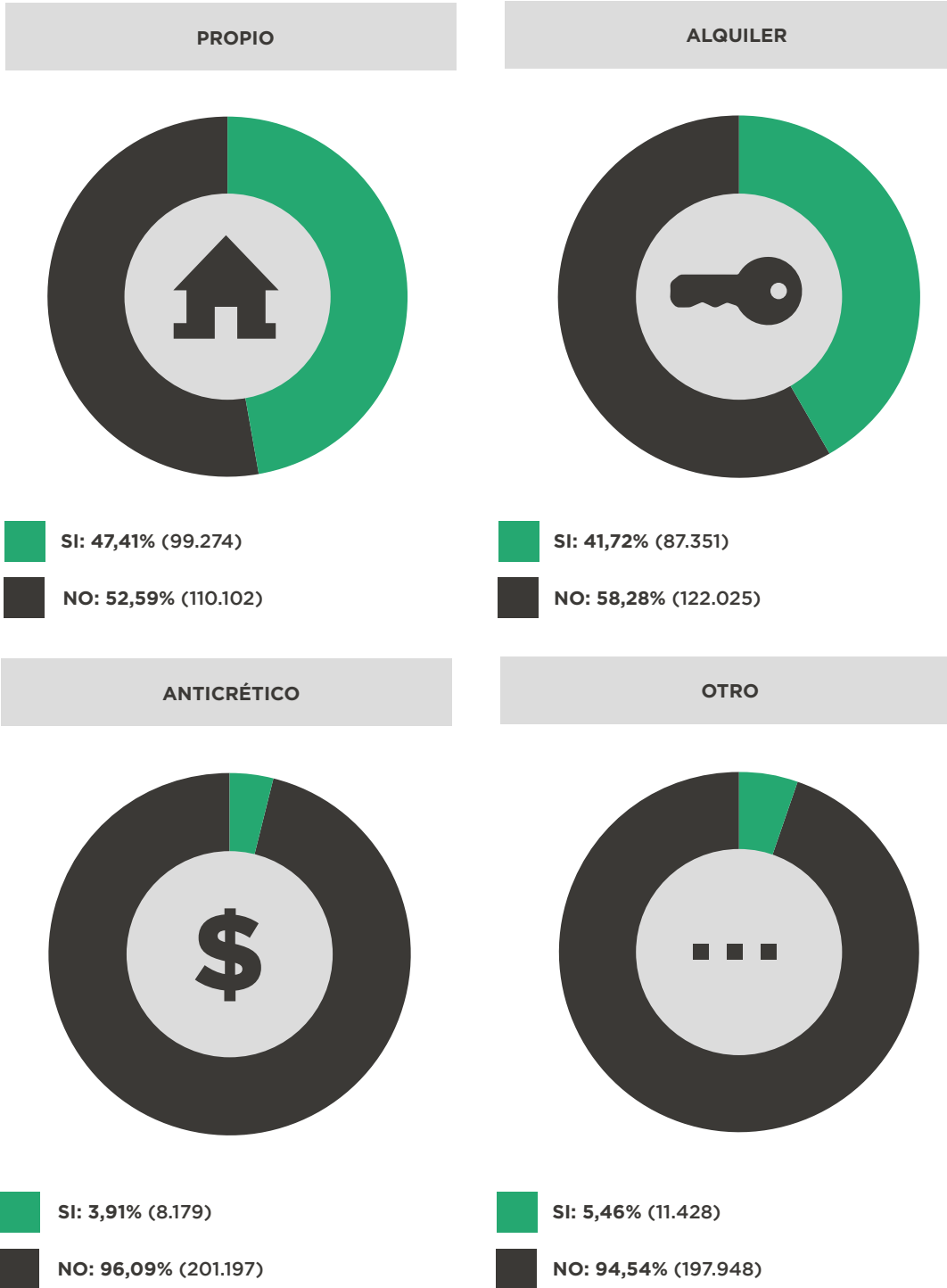
MÁS DE 10 AÑOS				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		52.432	32,30	MICRO		162.319	100,00
PEQUEÑA		13.515	33,17	PEQUEÑA		40.741	100,00
MEDIANA		2.526	39,99	MEDIANA		6.316	100,00
TOTAL		68.473	32,70	TOTAL		209.376	100,00

¿Cuál fue el NIVEL de educación más alto que aprobó el propietario del negocio?

CATEGORÍA		CANTIDAD	PORCENTAJE
NINGUNO		290	0,14
PRIMARIA INCOMPLETA		3.396	1,62
PRIMARIA COMPLETA		5.416	2,59
SECUNDARIA INCOMPLETA		7.573	3,62
SECUNDARIA COMPLETA		37.568	17,94
TÉCNICO MEDIO O SUPERIOR		25.124	12,00
UNIVERSITARIA INCOMPLETA		27.101	12,94
UNIVERSITARIA COMPLETA O MAS		101.338	48,4
OTRO (ESPECIFIQUE)		1.570	0,75
TOTAL		209.376	100,00



¿El negocio cuenta con locales o ambientes de venta al público (distribuidoras), puntos de atención u oficinas 2021?



El negocio cuenta con locales o ambientes de venta al público (distribuidoras), puntos de atención u oficinas.


Grupo de análisis: tamaño de la empresa

PROPIO						
TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	76.093	46,88	86.226	53,12	162.319	100,00
PEQUEÑA	19.935	48,93	20.806	51,07	40.741	100,00
MEDIANA	3.246	51,39	3.070	48,61	6.316	100,00
TOTAL	99.274	47,41	110.102	52,59	209.376	100,00

ALQUILER						
TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	67.460	41,56	94.859	58,44	162.319	100,00
PEQUEÑA	17.078	41,92	23.663	58,08	40.741	100,00
MEDIANA	2.813	44,54	3.503	55,46	6.316	100,00
TOTAL	87.351	41,72	122.025	58,28	209.376	100,00



















¿Después de la cuarentena, su negocio está desarrollando la misma actividad económica?





CUARENTENA		CANTIDAD	PORCENTAJE
 <p>2021</p>	SI	161.848	77,3
	NO	13.903	6,64
	SI, ADEMÁS DE OTRA ACTIVIDAD	6.195	2,96
	NO HUBO ACTIVIDAD	27.430	13,1
	TOTAL	209.376	100,00

¿Después de la cuarentena, su negocio está desarrollando la misma actividad económica?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

SI				NO			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		124.291	76,57	MICRO		12.061	7,43
PEQUEÑA		32.213	79,07	PEQUEÑA		1.522	3,74
MEDIANA		5.344	84,61	MEDIANA		320	5,07
TOTAL		161.848	77,30	TOTAL		13.903	6,64

SI, ADEMÁS DE OTRA ACTIVIDAD				NO HUBO ACTIVIDAD			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		4.831	2,98	MICRO		21.136	13,02
PEQUEÑA		1.218	2,99	PEQUEÑA		5.788	14,21
MEDIANA		146	2,31	MEDIANA		506	8,01
TOTAL		6.195	2,96	TOTAL		27.430	13,10

TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		162.319	100,00
PEQUEÑA		40.741	100,00
MEDIANA		6.316	100,00
TOTAL		209.376	100,00



En qué medida la pandemia por Covid-19 ha impactado sobre su empresa?

TIPO	PORCENTAJE	CANTIDAD
NADA	2,98%	6.236
POCO	7,84%	16.408
ALGO	10,28%	21.522
BASTANTE	35,85%	75.049
MUCHO	43,06%	90.153
TOTAL	100%	209.368

En qué medida la pandemia por Covid-19 ha impactado sobre su empresa?


Grupo de análisis: Tamaño de empresa

NADA				POCO			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		2.614	1,61	MICRO		13.141	8,10
PEQUEÑA		3.442	8,45	PEQUEÑA		2.684	6,59
MEDIANA		180	2,85	MEDIANA		583	9,24
TOTAL		6.236	2,98	TOTAL		16.408	7,84









ALGO				BASTANTE			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		16.071	9,90	MICRO		60.825	37,47
PEQUEÑA		4.704	11,55	PEQUEÑA		11.627	28,54
MEDIANA		747	11,84	MEDIANA		2.597	41,17
TOTAL		21.522	10,28	TOTAL		75.049	35,85









MUCHO				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		69.668	42,92	MICRO		162.319	100,00
PEQUEÑA		18.284	44,88	PEQUEÑA		40.741	100,00
MEDIANA		2.201	34,89	MEDIANA		6.308	100,00
TOTAL		90.153	43,06	TOTAL		209.368	100,00

¿Ha tenido que parar el funcionamiento de su negocio a causa de la crisis sanitaria por COVID-19?

	TIEMPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
	TOTALMENTE	106.341	50,79
	PARCIALMENTE	79.281	37,87
	FUNCIONÓ CON NORMALIDAD	23.754	11,35
	TOTAL	209.376	100,00

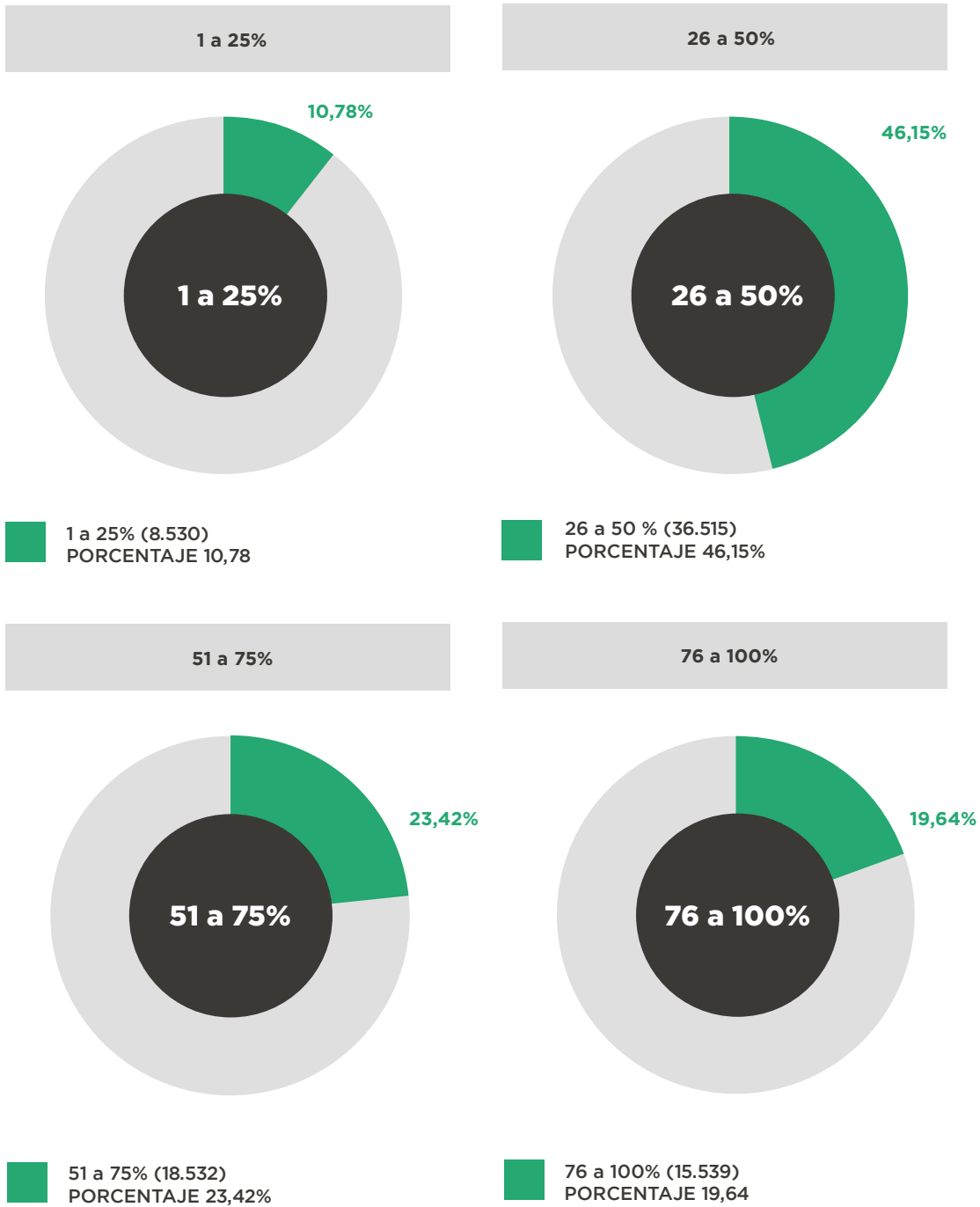
¿Ha tenido que parar el funcionamiento de su negocio a causa de la crisis sanitaria por COVID-19? Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TOTALMENTE				PARCIALMENTE			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		82.517	50,84	MICRO		63.584	39,17
PEQUEÑA		21.151	51,92	PEQUEÑA		12.999	31,91
MEDIANA		2.673	42,32	MEDIANA		2.698	42,72
TOTAL		106.341	50,79	TOTAL		79.281	37,87

FUNCIONÓ CON NORMALIDAD				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		16.218	9,99	MICRO		162.319	100,00
PEQUEÑA		6.591	16,18	PEQUEÑA		40.741	100,00
MEDIANA		945	14,96	MEDIANA		6.316	100,00
TOTAL		23.754	11,35	TOTAL		209.376	100,00






















¿En qué porcentaje ha tenido que parar por la crisis sanitaria por COVID-19?



	TOTAL 1 A 25%	TOTAL 26 A 50%	TOTAL 51 A 75%	TOTAL 76 A 100%	TOTAL
CANTIDAD	8.530	36.515	18.532	15.539	79.116

¿En qué porcentaje ha tenido que parar por la crisis sanitaria por COVID-19?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

1 a 25%				26 a 50%			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		6.363	9,99	MICRO		30.464	47,82
PEQUEÑA		1.743	13,70	PEQUEÑA		4.897	38,50
MEDIANA		424	15,72	MEDIANA		1.154	42,77
TOTAL		8.530	13,14	TOTAL		36.515	43,03
51 a 75%				76 a 100%			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		14.945	23,46	MICRO		11.927	18,72
PEQUEÑA		2.903	22,82	PEQUEÑA		3.176	24,97
MEDIANA		684	25,35	MEDIANA		436	16,16
TOTAL		18.532	23,88	TOTAL		15.539	19,95
TOTAL							
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE				
MICRO		63.699	100,00				
PEQUEÑA		12.719	100,00				
MEDIANA		2.698	100,00				
TOTAL		79.116	100,00				



¿Cuáles han sido las principales dificultades que han impactado en su empresa?
Falta de proveedores



SI (46.463) PORCENTAJE **24,73** **NO** (141.389) PORCENTAJE **75,27**

	TOTAL SI	TOTAL NO	TOTAL
CANTIDAD	46.463	141.389	187.852




¿Cuáles han sido las principales dificultades que han impactado en su empresa?

Falta de proveedores.

Grupo de análisis: Tamaño de empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	33.206	22,63	113.521	77,37	146.727	100,00
PEQUEÑA	11.879	33,45	23.639	66,55	35.518	100,00
MEDIANA	1.378	24,58	4.229	75,42	5.607	100,00
TOTAL	46.463	24,73	141.389	75,27	187.852	100,00

¿Su negocio reinició actividades en la actualidad?

AÑO 2021	CATEGORÍA	CANTIDAD	PORCENTAJE
	SI	156.733	84,47
	NO	28.806	15,53
	=	185.539	100,00

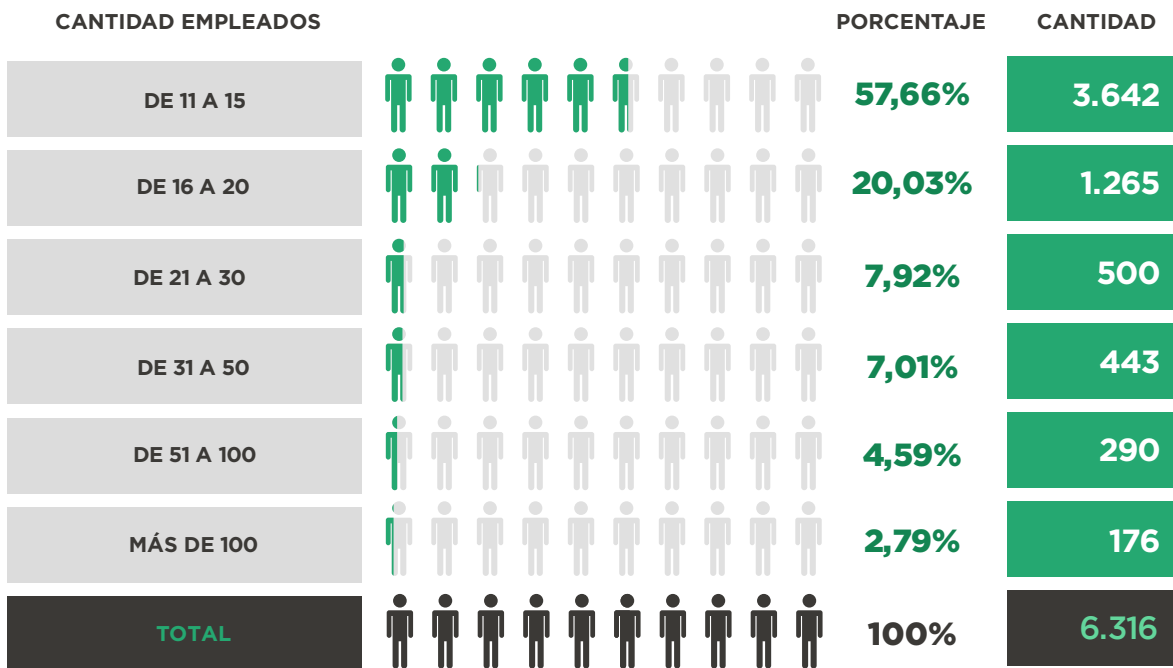
¿Su negocio reinició actividades en la actualidad?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	123.768	84,76	22.250	15,24	146.018	100,00
PEQUEÑA	28.163	82,47	5.987	17,53	34.150	100,00
MEDIANA	4.802	89,41	569	10,59	5.371	100,00
TOTAL	156.733	84,47	28.806	15,53	185.539	100,00



¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su empresa mediana a mayo de 2021?





¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su empresa a mayo de 2021?

Grupo de análisis: Empresa mediana

DE 11 A 15			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		3.642	57,66
TOTAL	=	3.642	57,66

DE 16 A 20			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		1.265	20,03
TOTAL	=	1.265	20,03

DE 21 A 30			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		500	7,92
TOTAL	=	500	7,92

DE 31 A 50			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		443	7,01
TOTAL	=	443	7,01

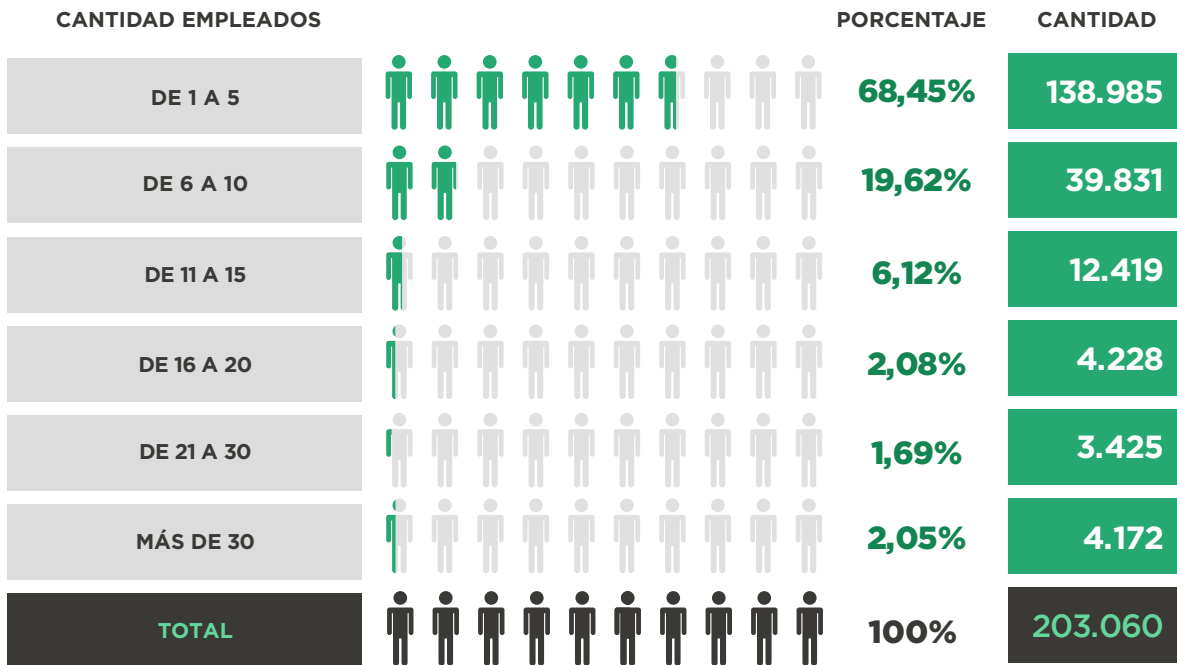
DE 51 A 100			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		290	4,59
TOTAL	=	290	4,59

MÁS DE 100			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		176	2,79
TOTAL	=	176	2,79

TOTAL			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MEDIANA		6.316	100,00
TOTAL	=	6.316	100,00
























¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su negocio (micro y mediana empresa) a mayo de 2021?



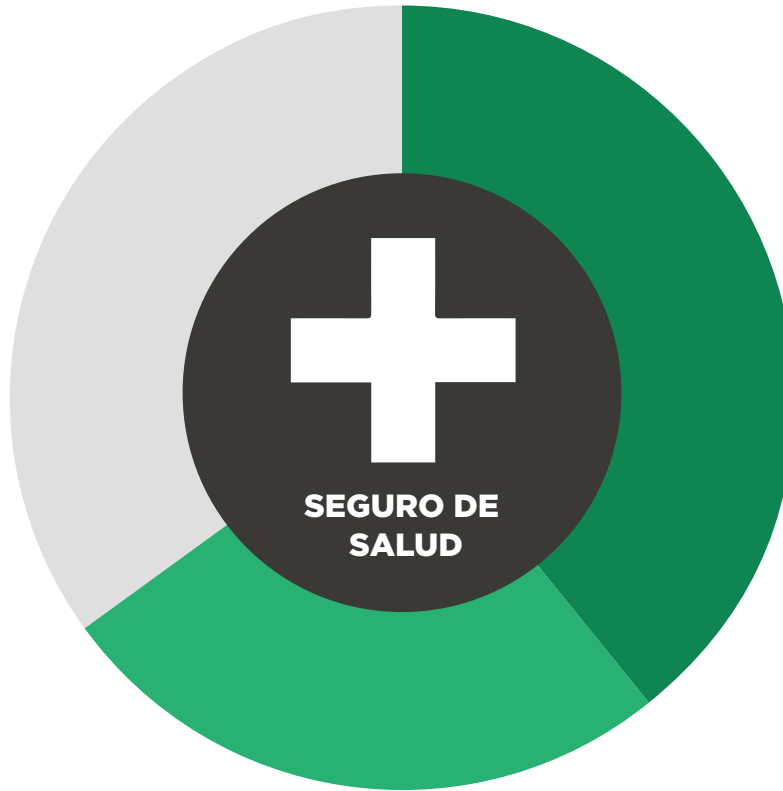
¿Cuál era el número de empleados/as permanentes de su negocio a mayo de 2021?

Grupo de análisis: Tamaño de empresa

DE 1 A 5				DE 6 A 10			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE	TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		121.208	74,67	MICRO		27.948	17,22
PEQUEÑA		17.777	43,63	PEQUEÑA		11.883	29,17
TOTAL		138.985	68,45	TOTAL		39.831	19,62
DE 11 A 15				DE 16 A 20			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE	TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		6.636	4,09	MICRO		2.688	1,66
PEQUEÑA		5.783	14,19	PEQUEÑA		1.540	3,78
TOTAL		12.419	6,12	TOTAL		4.228	2,08
DE 21 A 30				MÁS DE 30			
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE	TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		1.674	1,03	MICRO		2.165	1,33
PEQUEÑA		1.751	4,30	PEQUEÑA		2.007	4,93
TOTAL		3.425	1,69	TOTAL		4.172	2,05
TOTAL							
TAMAÑO		CANTIDAD	PORCENTAJE				
MICRO		162.319	100,00				
PEQUEÑA		40.741	100,00				
TOTAL		203.060	100,00				



¿Están sus empleados/as cubiertos por un seguro de salud?



SI, PROPORCIONADO POR MI EMPRESA
PORCENTAJE **39,43%**

















SI, PROPORCIONADO POR EL GOBIERNO (SUS, SPAM, OTROS)
PORCENTAJE **25,57%**

NO CUENTA
PORCENTAJE **35%**

	TOTAL SI PROPOCIONADO POR LA EMPRESA	TOTAL SI PROPOCIONADO POR EL GOBIERNO	TOTAL NO CUENTA	TOTAL
CANTIDAD	82.557	53.533	73.286	209.376

¿Están sus empleados/as cubiertos por un seguro de salud?

Grupo de análisis: Tamaño de empresa

SI, PROPORCIONADO POR MI EMPRESA				SI, PROPORCIONADO POR EL GOBIERNO (SUS, SPAM, OTROS)			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		52.015	32,04	MICRO		46.870	28,88
PEQUEÑA		26.208	64,33	PEQUEÑA		5.757	14,13
MEDIANA		4.334	68,62	MEDIANA		906	14,34
TOTAL		82.557	55,00	TOTAL		53.533	19,12
NO CUENTA				TOTAL			
	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE		TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		63.434	39,08	MICRO		162.319	100,00
PEQUEÑA		8.776	21,54	PEQUEÑA		40.741	100,00
MEDIANA		1.076	17,04	MEDIANA		6.316	100,00
TOTAL		73.286	25,89	TOTAL		209.376	100,00

¿Su empresa afilió a sus empleados/as a las administradoras de fondos de pensiones?

TIPO		PORCENTAJE		CANTIDAD
SI	✓		30,72%	64.315
NO	✗		69,28%	145.061
TOTAL	=		100%	209.376

¿Su empresa afilió a sus empleados/as a las administradoras de fondos de pensiones?

Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	41.472	25,55	120.847	74,45	162.319	100,00
PEQUEÑA	18.594	45,64	22.147	54,36	40.741	100,00
MEDIANA	4.249	67,27	2.067	32,73	6.316	100,00
TOTAL	64.315	30,72	145.061	69,28	209.376	100,00

¿Su empresa afilió a sus empleados/as a las administradoras de fondos de pensiones?

Grupo de análisis: Actividad

TAMAÑO DE LA EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
COMERCIO	5.921	22,39	20.525	77,61	26.446	100,00
SERVICIOS	19.606	31,85	41.942	68,15	61.548	100,00
MANUFACTURA	4.918	11,63	37.363	88,37	42.281	100,00
OTROS	6.756	32,48	14.045	67,52	20.801	100,00
TOTAL	37.201	24,62	113.875	75,38	151.076	100,00

¿Cuáles son las medidas que ha tomado su empresa durante la cuarentena rígida?

Empresas medianas

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DESPEDIR EMPLEADOS/AS	46.210	22,07	163.166	77,93
CONTRATAR MAYOR PERSONAL	4.719	2,25	204.657	97,75
MEDIDAS DE TELETRABAJO (ZOOM, WEBEX, ETC)	29.269	13,98	180.107	86,02
REDUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	52.583	25,11	156.793	74,89
REDUCCIÓN DE VENTAS	59.767	28,55	149.609	71,45
POSTERGAR INVERSIONES/ PLANES CRECIMIENTO	55.465	26,49	153.911	73,51
SOLICITAR PRÉSTAMOS	20.621	9,85	188.755	90,15
DIVERSIFICAR MEDIOS DE PAGO	21.760	10,39	187.616	89,61
DIVERSIFICAR GIRO DE NEGOCIO	14.136	6,75	195.240	93,25
MEJORAR LOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL LUGAR DE TRABAJO	72.080	34,43	137.296	65,57
IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	105.573	50,42	103.803	49,58
BRINDAR APOYO PSICOSOCIAL A LOS EMPLEADOS	23.243	11,10	186.133	88,90
CERRAR DEFINITIVAMENTE EL NEGOCIO	12.988	6,20	196.388	93,80
CERRAR TEMPORALMENTE EL NEGOCIO	106.663	50,94	102.713	49,06
OTRO	9.277	4,43	200.099	95,57


¿Cuáles son las medidas que ha tomado su negocio (micro y pequeña empresa) durante la pandemia?

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
DESPEDIR EMPLEADOS/AS	13.961	6,67	195.415	93,33
CONTRATAR MAYOR PERSONAL	14.323	6,84	195.053	93,16
MEDIDAS DE TELETRABAJO (ZOOM, WEBEX, ETC)	23.529	11,24	185.847	88,76
REDUCCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	43.078	20,57	166.298	79,43
REDUCCIÓN DE VENTAS	54.493	26,03	154.883	73,97
POSTERGAR INVERSIONES/ PLANES CRECIMIENTO	46.306	22,12	163.070	77,88
SOLICITAR PRÉSTAMOS	25.441	12,15	183.935	87,85
DIVERSIFICAR MEDIOS DE PAGO	22.623	10,80	186.753	89,20
DIVERSIFICAR GIRO DE NEGOCIO	14.345	6,85	195.031	93,15
MEJORAR LOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL LUGAR DE TRABAJO	103.607	49,48	105.769	50,52
IMPLEMENTAR PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	149.971	71,63	59.405	28,37
BRINDAR APOYO PSICOSOCIAL A LOS EMPLEADOS	26.226	12,53	183.150	87,47
CERRAR DEFINITIVAMENTE EL NEGOCIO	8.771	4,19	200.605	95,81
CERRAR TEMPORALMENTE EL NEGOCIO	25.692	12,27	183.684	87,73
SOPORTE LEGAL	9.856	4,71	199.520	95,29

Señale qué aspectos considera como principales amenazas para su empresa

	SI		NO	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
FALTA DE INSUMOS/MATERIAS PRIMAS NACIONALES	958	15,17	5.358	84,83
FALTA DE INSUMOS/MATERIAS PRIMAS IMPORTADAS	1.484	23,5	4.832	76,5
FALTA DE MERCADERÍA PARA REVENTA	832	13,17	5.484	86,83
ALTOS PRECIOS DE INSUMOS / MATERIAS PRIMAS	1.865	29,53	4.451	70,47
DISMINUCIÓN DE LA DEMANDA / NO HAY VENTAS	3.206	50,76	3.110	49,24
MAYOR COMPETENCIA PARA MI NEGOCIO	2.515	39,82	3.801	60,18
NO SE PUEDE ACCEDER A LOCALES COMERCIALES	436	6,9	5.880	93,1
NATURALEZA DEL PRODUCTO/ SERVICIO OFERTADO ES NETAMENTE PRESENCIAL	1.730	27,39	4.586	72,61
FALTA DE ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	981	15,53	5.335	84,47
FALTA DE MOBILIARIO/ INFRAESTRUCTURA PARA TELETRABAJO	355	5,62	5.961	94,38
FALTA DE ACCESO A INTERNET	378	5,98	5.938	94,02
PROBLEMAS PARA USO DE MEDIOS DIGITALES/ TECNOLOGÍA	515	8,15	5.801	91,85
PROBLEMAS DE LIQUIDEZ (RETRASO DE PAGOS)	1.980	31,35	4.336	68,65
LIMITADAS OPCIONES DE PAGO	881	13,95	5.435	86,05
EJECUCIÓN HIPOTECARIA DE DEUDAS	320	5,07	5.996	94,93
PROBLEMAS LEGALES	342	5,41	5.974	94,59
PÉRDIDA DE CLIENTES	2.391	37,86	3.925	62,14
LIMITACIONES PARA SATISFACER LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD	466	7,38	5.850	92,62
COMPRAS ESTATALES E INVERSIÓN PÚBLICA	572	9,06	5.744	90,94
DISMINUCIÓN DE EXPORTACIONES	419	6,63	5.897	93,37
OTRO	1.015	16,07	5.301	83,93


¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
 Dotación de implementos de bioseguridad

 2021			CANTIDAD	PORCENTAJE
	SI		97.108	57,02
	NO		73.212	42,98
	TOTAL		170.320	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
 Dotación de implementos de bioseguridad.
 Grupo de análisis: Tamaño de la empresa

TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	71.603	53,43	62.399	46,57	134.002	100,00
PEQUEÑA	22.957	71,22	9.275	28,78	32.232	100,00
MEDIANA	2.548	62,36	1.538	37,64	4.086	100,00
TOTAL	97.108	57,02	73.212	42,98	170.320	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Pruebas PCR/rápidas de COVID-19


 2021		CANTIDAD	PORCENTAJE
	SI	41.928	24,62
	NO	128.392	75,38
	TOTAL	170.320	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Pruebas PCR/rápidas de COVID-19.

Grupo de análisis: tamaño de la empresa

TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	101.952	76,08	32.050	23,92	134.002	100,00
PEQUEÑA	26.780	83,09	5.452	16,91	32.232	100,00
MEDIANA	3.495	85,54	591	14,46	4.086	100,00
TOTAL	132.227	77,63	38.093	22,37	170.320	100,00

**Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Protocolos de bioseguridad**


 2021		CANTIDAD	PORCENTAJE
	SI	132.227	77,63
NO	38.093	22,37	
TOTAL	170.320	100,00	

**Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Protocolos de bioseguridad.**

Grupo de análisis: tamaño de la empresa

TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	101.952	76,08	32.050	23,92	134.002	100,00
PEQUEÑA	26.780	83,09	5.452	16,91	32.232	100,00
MEDIANA	3.495	85,54	591	14,46	4.086	100,00
TOTAL	132.227	77,63	38.093	22,37	170.320	100,00


¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Entrega de elementos de bioseguridad para el hogar

		CANTIDAD	PORCENTAJE
 2021	SI	29.607	17,38
	NO	140.713	82,62
	TOTAL	170.320	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Entrega de elementos de bioseguridad para el hogar

TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	21.573	16,10	112.429	83,90	134.002	100,00
PEQUEÑA	7.172	22,25	25.060	77,75	32.232	100,00
MEDIANA	862	21,10	3.224	78,90	4.086	100,00
TOTAL	29.607	17,38	140.713	82,62	170.320	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Obligatoriedad para presentar el carnet de vacunación para el trabajo


		CANTIDAD	PORCENTAJE
 2021	SI	71.116	41,75
	NO	99.204	58,25
	TOTAL	170.320	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?
Obligatoriedad presentar el carnet de vacunación para el trabajo

TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	54.023	40,32	79.979	59,68	134.002	100,00
PEQUEÑA	15.055	46,71	17.177	53,29	32.232	100,00
MEDIANA	2.038	49,88	2.048	50,12	4.086	100,00
TOTAL	71.116	41,75	99.204	58,25	170.320	100,00

• • • • •
• • • • •

Cuando termine el proceso de vacunación, ¿su empresa planifica mantener la modalidad de teletrabajo?

		CANTIDAD	PORCENTAJE
 2021	SI	43.271	20,67
	NO	166.105	79,33
	TOTAL	209.376	100,00

¿Qué medidas de bioseguridad está aplicando para evitar el contagio con sus trabajadores?

Entrega de elementos de bioseguridad para el hogar.

Grupo de análisis: tamaño de la empresa

TAMAÑO EMPRESA	SI		NO		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO	33.552	20,67	128.767	79,33	162.319	100,00
PEQUEÑA	7.891	19,37	32.850	80,63	40.741	100,00
MEDIANA	1.828	28,94	4.488	71,06	6.316	100,00
TOTAL	43.271	20,67	166.105	79,33	209.376	100,00







El teletrabajo en su empresa, ¿será una práctica...

	2021	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
1. A TIEMPO COMPLETO?	8.099	18,72
2. JORNADA DE TRABAJO MIXTA (TELETRABAJO Y PRESENCIAL)?	7.386	17,07
3. DE ACUERDO A NECESIDAD?	24.381	56,34
4. JORNADA DE TRABAJO HÍBRIDA.?	3.405	7,87
TOTAL	43.271	100





El teletrabajo en su empresa, ¿será una práctica...

Grupo de análisis: tamaño de la empresa





1. A TIEMPO COMPLETO?

	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		4.803	14,32
PEQUEÑA		3.009	38,13
MEDIANA		287	15,70
TOTAL		8.099	18,72





2. JORNADA DE TRABAJO MIXTA (TELETRABAJO Y PRESENCIAL)?

	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		6.311	18,81
PEQUEÑA		710	9,00
MEDIANA		365	19,97
TOTAL		7.836	17,07





3. DE ACUERDO A NECESIDAD?

	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		19.538	58,23
PEQUEÑA		3.892	49,32
MEDIANA		951	52,02
TOTAL		24.381	56,34

4. JORNADA DE TRABAJO HÍBRIDA.?

	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		2.900	8,64
PEQUEÑA		280	3,55
MEDIANA		225	12,31
TOTAL		3.405	7,87

TOTAL

	TAMAÑO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MICRO		33.552	100
PEQUEÑA		7.891	100
MEDIANA		1.828	100
TOTAL		43.271	100

Anexo 1. Nota metodológica y descripción de datos de la encuesta a micro, pequeñas y medianas empresas.

I. Descripción general de los datos

1. Alcance del estudio. La encuesta impacto COVID, impulsada por el departamento de Mercados Laborales (LMK) del Banco Interamericano de Desarrollo, recopila información económica, financiera y sanitaria para una muestra representativa de empresas de las principales ciudades en Bolivia. La información provista permite medir caracterizar a las micro, pequeñas y medianas empresas y medir el impacto que la pandemia tuvo sobre ellas en el periodo 2020 – 2021. Esta encuesta está dividida en cinco módulos que contienen la siguiente información.

- **Módulo 1.** Información de la persona encuestada. (i) información de la ubicación geográfica de la empresa; (ii) datos de la persona informante sea propietario, dueño o representante legal de la empresa.
- **Módulo 2.** Información general del negocio. (i) información del negocio (ej. ubicación, antigüedad, página web, uso de redes sociales, entre otros); (ii) información general (ej. antigüedad, actividad económica, empleo y características del empleo, salarios pagados, entre otros).
- **Módulo 3.** Impacto por COVID – 19. (i) operaciones y funcionamiento: esta sección contiene información sobre el impacto de la pandemia en el funcionamiento de las empresas encuestadas. Por ejemplo, contiene información sobre restricciones de horario y movilidad, adaptación a cierres temporales, adopción de teletrabajo y otras tecnologías, entre otros; (ii) necesidades a futuro: esta sección contiene preguntas sobre las medidas que las empresas consideran necesarias para la reactivación, necesidades de crédito, uso de estos créditos, entre otros).
- **Módulo 4.** Perspectivas al segundo semestre del 2021. Este módulo contiene información sobre las expectativas que tienen las empresas sobre las condiciones económicas propias y del país.
- **Módulo 5.** Registro en instituciones públicas. Información relacionada con la posibilidad de postular a licitaciones y/o contrataciones con el estado.

2. Periodo de recolección de información. La encuesta de microempresas 2020 se inició el 20-07-2020 y concluyó el 22-08-2020. La encuesta de medianas y pequeñas empresas se inició en la misma fecha, pero terminó el 24-08-2020. La encuesta de microempresas 2021 inició el 01-12-2021 y concluyó el 21-03-2022. Finalmente, la encuesta a medianas y pequeñas empresas inició el 01-12-2021 y concluyó el 22-03-2022.

3. Cobertura geográfica. La encuesta contiene información de 9 ciudades de Bolivia. Entre ellos figuran: Sucre, La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Tarija, Santa Cruz, Trinidad, Cobija. Adicionalmente, cuenta con información del municipio de El Alto. La encuesta se efectuó en las principales ciudades de cada uno de estos departamentos.

4. Método de recolección de datos. La recopilación de información se hizo mediante llamadas telefónicas.

5. Reclutamiento de participantes. No se hizo ningún proceso previo de reclutamiento de empresas. Los y las encuestadoras realizaban llamadas, se comunicaban con las empresas, se explicaba el motivo de la llamada y, si la empresa accedía, se realizaba la encuesta. En algunos casos se hicieron citas para que se reitera la llamada ya sea en horario posterior el mismo día o para otro día y hora.

6. Representatividad y limitaciones. La encuesta es representativa para siete de las nueve ciudades capitales de cada departamento y del municipio de El Alto, con excepción de Cobija y Trinidad. Se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan o se consideren en el análisis sujeto a esta limitación.

II. Datos

1. Construcción de las bases de datos

El repositorio de la encuesta contiene cuatro bases de datos de corte transversal: (i) micro y pequeñas empresas 2020; (ii) micro y pequeñas empresas 2021; (iii) medianas empresas 2020; (iv) medianas empresas 2021; y tres bases de datos longitudinales: (i) panel corriente; (ii) panel balanceado; (iii) pseudo-panel. Las bases de datos longitudinales se construyen a partir de las bases de datos brutas. La confección de estas tres bases de datos es explicada a continuación.

El panel corriente es una base de datos de panel en donde se combinan las bases de datos de 2020 y 2021 por unidad de observación (folio de las empresas). Es importante advertir que, debido a dificultades para realizar la encuesta durante 2021, la base de datos longitudinal resultante presenta un desbalance importante (ver Tabla 2). Para evitar que este desbalance impacte en la calidad de los datos proporcionados se proveen dos bases de datos longitudinales adicionales al panel corriente. Estas bases de datos son el resultado de la implementación de dos estrategias: (i) combinamos las observaciones de cada año mediante el uso de matching. Denominamos a esta base de datos “panel balanceado”; (ii) creamos una base de datos pseudo-panel en donde las unidades de observación son grupos de empresas con características similares.

La estrategia de matching empareja las observaciones del 2020 con las del 2021 en base a características observables. Se define como grupo de control las observaciones de 2020 y como tratamiento las observaciones de 2021. Estos grupos son emparejados 1 a 1 sin reemplazo y se calcula para cada una un propensity score con el fin de aparear observaciones que sean estadísticamente iguales en observables. Para el cálculo del propensity score se consideran las

siguientes características observables: Localidad de la empresa; años de operación; si ha dejado de funcionar o no, sector económico al que pertenece. Una vez calculado este indicador, se selecciona una submuestra que contenga solo las observaciones que se emparejan perfectamente en ambos años. Este procedimiento permite tener un panel balanceado de observaciones estadísticamente similares para todo el periodo (ver Tabla 1).

En el caso del pseudo-panel se definen grupos de empresas (cohortes) tal que posean características similares. Una cohorte es básicamente un grupo de observaciones (en este caso empresas) que comparten atributos similares. Si estos atributos no varían en el tiempo, los cambios en el comportamiento de los individuos pueden ser medidos como la diferencia entre los promedios temporales de cada grupo. La selección de características busca generar grupos con características observables asumiendo que la heterogeneidad no observable será potencialmente controlada al calcular algún estimador con estos datos. Se definieron grupos de cohortes basados en los datos de corte transversal de modo tal que: (i) cada empresa pertenece a un grupo de cohorte; (ii) estén definidos por características estables que instrumentalicen los efectos fijos individuales no observables.

La base de datos de pseudo-panel incluye tres cohortes. El Cohorte 1 agrupa a las empresas según ubicación y tamaño. El Cohorte 2 agrupa a las empresas según su Número de identificación tributaria (NIT), ubicación y tamaño. Finalmente, el cohorte 3 agrupa a las empresas según su registro en FUNDEMPRESA, ubicación y tamaño. Entre las tres opciones propuestas para la creación de cohortes, la opción 2 (tienen NIT, localización (ciudad) y tamaño) parece ser la más adecuada por al menos tres motivos: (i) Si bien existen cohortes con menos de 50 observaciones, esto solo ocurre fuera de las ciudades del eje; (ii) Existe un número de cohortes suficientes para permitir estimaciones de variabilidad entre cohortes eficiente en las ciudades del eje. (iii) Las hipótesis de estabilidad en el tiempo de las variables que definen las cohortes pueden ser defendidas. La pérdida o trámite del NIT toma tiempo, la relocalización de la empresa a otra ciudad es poco probable durante el periodo considerado, así como cambios discretos en su tamaño.

De todos modos, la base de datos contiene toda la información para que los y las usuarias puedan construir sus propios cohortes según los requerimientos del estudio deseado.

2. Características de la base de datos (panel corriente y balanceado)

En esta sección se describen brevemente las bases de datos de panel corriente y panel balanceado que son parte del repositorio. La Tabla 1 muestra el número de observaciones por año para cada versión de la encuesta de empresas (panel corriente y balanceado). El número de observaciones para el panel corriente es de 7.049 mientras que para el panel balanceado es de 4.878. El número de casos en 2020 es mayor que en 2021 para el panel corriente mientras que para el panel balanceado son iguales por construcción.

Tabla 1: Número de observaciones por año

BASE DE DATOS	OBS.		TOTAL
	2020	2021	
PANEL CORRIENTE	6.094	4.779	10.873
PANEL BALANCEADO	2.202	2.202	4.404

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de empresas disponible en el repositorio.

La Tabla 2 muestra el número de observaciones para el panel corriente según el patrón de repetición por año. El número de observaciones del panel corriente se obtiene de la siguiente operación: 4.354 (observaciones en ambos años) + 2.064 (observaciones solo 2020) + 631 (observaciones solo 2021). En el caso de la encuesta de panel balanceado las observaciones 2.439 en cada año por construcción.

Tabla 2: Número de observaciones según patrón de repetición (panel corriente)

GRUPO	OBS.	PORCENTAJE
AMBOS AÑOS	2.177	44,7
SOLO 2020	2.064	42,4
SOLO 2021	631	13.0
TOTAL	4.872	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de empresas disponible en el repositorio.

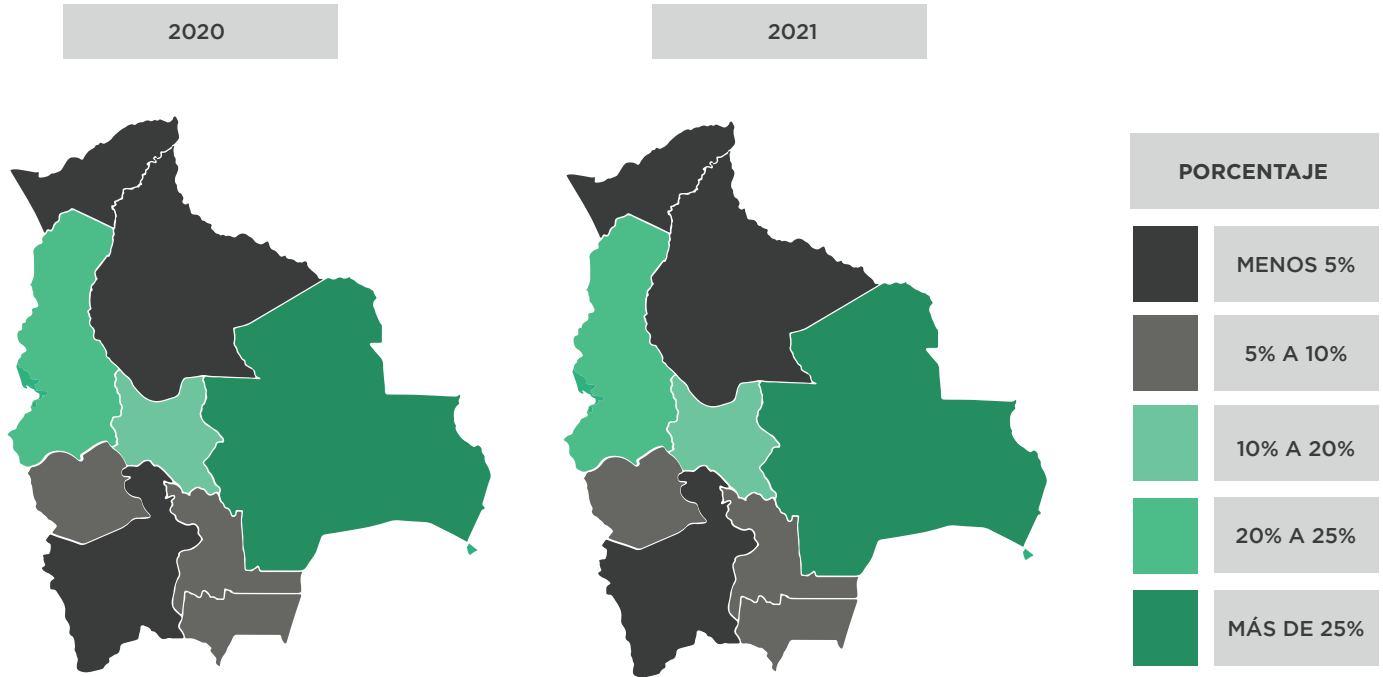
Tabla 3: Número de observaciones por departamento y año

MUNICIPIO	PANEL CORRIENTE		PANEL BALANCEADO	
	2020	2021	2020	2021
SUCRE	252	162	103	103
LA PAZ	591	396	330	330
COCHABAMBA	816	537	520	520
ORURO	256	166	163	163
POTOSÍ	192	122	90	90
TARIJA	238	160	146	146
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.216	803	739	739
TRINIDAD	154	102	94	94
COBIJA	104	68	62	62
EL ALTO	422	292	192	192
TOTAL	4.241	2.808	2.439	2.439

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de empresas disponible en el repositorio.



Figura 1: Número de observaciones por departamento



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de empresas disponible en el repositorio. **Notas:** (1) Las observaciones se encuentran concentradas en los departamentos de Santa Cruz de la Sierra, La Paz y Cochabamba; (2) La encuesta se realiza a nivel de ciudades siendo esta la unidad geográfica representativa de la encuesta.

La Tabla 3 muestra el número de observaciones por departamento y año para el panel balanceado y el panel corriente. Los departamentos con mayor representación en la encuesta son Santa Cruz de la Sierra, Cochabamba y la Paz. Esta representación se mantiene tanto para 2020 como para 2021. La Figura 1 muestra la distribución geográfica de la encuesta. Como se puede apreciar en la figura la mayor cantidad de observaciones se encuentran concentradas en la zona centro del país. Es importante notar que esto no tiene relación con la representatividad de la encuesta, a pesar de las diferencias en el número de observaciones entre zonas, la encuesta es representativa para las principales ciudades del país y para el municipio de El Alto.

Tabla 4: Número de observaciones por tamaño de empresa

TAMAÑO	PANEL CORRIENTE		PANEL BALANCEADO	
	2020	2021	2020	2021
MEDIANA	1.122	691	683	683
MICRO	2.945	1.967	1.667	1.618
PEQUEÑA	174	150	89	138
TOTAL	4.241	2.808	2.439	2.439

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de empresas disponible en el repositorio.

La Tabla 4 muestra el número de observaciones por tamaño de empresas para el panel corriente y balanceado. Las observaciones de la encuesta, tanto para 2020 como 2021 se encuentran concentradas en micro y medianas empresas. Las pequeñas empresas se encuentran menos representadas en ambas olas de la encuesta.

2. Características de la base de datos: pseudo - panel

La unidad de observación relevante en el caso del pseudo-panel corresponde a los grupos de cada cohorte. Los grupos en cada cohorte son observaciones que poseen características similares que no varían en el tiempo. Bajo este supuesto, la diferencia temporal entre los promedios por grupo representa cambios dentro de cada grupo. La Tabla 5 reporta el número de grupos para cada cohorte de la base de datos de hogares, mientras que la Tabla 6 reporta el número de observaciones por departamento, año y cohorte. Las observaciones de 2021 son menores que las de 2020.

**Tabla 5: Número de grupos por cohorte por año**

ENCUESTA	N.º DE GRUPOS POR COHORTE	
	2020	2021
COHORTE 1	20	20
COHORTE 2	40	30
COHORTE 3	40	30

Fuente: : Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de empresas (pseudo-panel) disponible en el repositorio.

Tabla 6: Número de observaciones por departamento, año y cohorte

	COHORTE 1		COHORTE 2		COHORTE 3	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
SUCRE	252	162	252	162	252	162
LA PAZ	591	396	591	396	591	396
COCHABAMBA	816	537	816	537	816	537
ORURO	256	166	256	166	256	166
POTOSÍ	192	122	192	122	192	122
TARIJA	238	160	238	160	238	160
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.216	803	1.216	803	1.216	803
TRINIDAD	154	102	154	102	154	102
COBIJA	104	68	104	68	104	68
EL ALTO	422	292	422	292	422	292
TOTAL	4.241	2.808	4.241	2.808	4.241	2.808

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares (pseudo-panel) disponible en el repositorio.



III. Diseño de la encuesta a pequeñas y medianas empresas

1. Marco muestral

El marco de muestreo para la encuesta a pequeñas empresas se refiere a los resultados de las Encuestas a Micro y Pequeñas Empresas realizada el año 2018 por el Instituto Nacional de Estadística (INE), encuesta que relevó información de empresas de los sectores Manufactura y Comercio y Servicios, se utilizaron en este caso las empresas clasificadas como Pequeñas. El marco para la encuesta a medianas empresas han sido los resultados de la Encuesta a la Industria Manufacturera, Comercio y Servicios 2017-2018 a empresas grandes y medianas realizada por el INE, en este caso se utilizaron las empresas clasificadas como medianas. La Tabla 7 muestra el marco muestra inicial por tamaño de empresa.

Tabla 7: Marco Muestra por tamaño de empresa

CIUDADES	PEQUEÑAS	MEDIANAS	TOTAL
BENI	17	50	67
CHUQUISACA	34	74	108
COCHABAMBA	100	649	749
LA PAZ	96	631	727
ORURO	36	110	146
PANDO	23	23	46
POTOSÍ	21	58	79
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	190	1,427	1.617
TARIJA	38	131	169
TOTAL	555	3.153	3.708

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE

2. Tamaño de muestra

Utilizando los parámetros sugeridos en el documento de solicitud de propuesta, es decir, 95% de confianza y un error de 5%, el tamaño de muestra que permitirá obtener resultados a los niveles de desagregación requeridos es de 1.289 medianas y pequeñas empresas. La Tabla 8 muestra la distribución de la muestra.

Tabla 8: Distribución de la muestra

CIUDADES	MUESTRAS PEQUEÑAS	MUESTRAS MEDIANAS	MUESTRA TOTAL
BENI	6	17	23
CHUQUISACA	12	26	38
COCHABAMBA	35	225	260
LA PAZ	33	220	253
ORURO	13	38	51
PANDO	8	8	16
POTOSÍ	7	20	27
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	66	496	562
TARIJA	13	46	59
TOTAL	193	1.096	1.289

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.

3. Selección de la muestra

La selección de la muestra se ha realizado de forma aleatoria. Para evitar sesgos de selección originados por utilizar alguna estrategia de reposición, se hizo la selección aleatoria de un 30% adicional al tamaño de muestra calculado, esto para lograr encuestar a la cantidad requerida de empresas tanto medianas como pequeñas.



IV. Diseño de la encuesta a microempresas

1. Marco muestral inicial

El marco de muestreo para la encuesta a pequeñas empresas se refiere a los resultados de las Encuestas a Micro y Pequeñas Empresas realizada el año 2018 por el Instituto Nacional de Estadística (INE), encuesta que relevó información de empresas de los sectores Manufactura y Comercio y Servicios, se utilizaron en este caso las empresas clasificadas como Microempresas. La Tabla 9 muestra el detalle del marco muestral.

Tabla 9: Marco Muestral



CIUDADES	MICROEMPRESAS
BENI	1.144
CHUQUISACA	1.486
COCHABAMBA	5.152
LA PAZ	5.741
ORURO	1.855
PANDO	641
POTOSÍ	1.393
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	6.532
TARIJA	1.519
TOTAL	25.463

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.



2. Tamaño de muestra

Utilizando los parámetros sugeridos en el documento de solicitud de propuesta, 95% de confianza y un error de 5%, el tamaño de muestra que permitirá obtener resultados a los niveles de desagregación requeridos es de 2.840 microempresas. La Tabla 10 muestra distribución de la muestra de microempresas.

Tabla 10: Distribución de la muestra (microempresas)

CIUDADES	MICROEMPRESAS	MUESTRA
BENI	1.144	128
CHUQUISACA	1.486	166
COCHABAMBA	5.152	575
LA PAZ	5.741	640
ORURO	1.855	207
PANDO	641	71
POTOSÍ	1.393	155
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	6.532	729
TARIJA	1.519	169
TOTAL	25.463	2.840

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.



3. Selección de la muestra.

La selección de la muestra se ha realizado de forma aleatoria. Para evitar sesgos de selección originados por utilizar alguna estrategia de reposición, se hizo la selección de un 30% adicional al tamaño de muestra calculado.

V. Factores de expansión

1. Cálculo de factores de expansión

Una muestra probabilística se define como una muestra que tiene una probabilidad distinta de cero y conocida de selección para cada unidad muestral. Con las muestras probabilísticas pueden obtenerse estimadores insesgados. Un estimador insesgado de la población total para cualquier característica o variable investigada en la encuesta puede obtenerse multiplicando el valor de esa característica por cada unidad muestral por el recíproco de la probabilidad con que esa unidad fue seleccionada y sumando los productos de todas las unidades muestrales (Hansen, 1953).

Los factores de expansión de acuerdo al tipo de muestreo utilizado se definen como:

$$F_i = \frac{1}{n_{i \cdot h_i}}$$

Donde:

$h = 1, 2$ estratos

$i = 1, 2, \dots, 10$ ciudades

$n_{i \cdot h_i}$ probabilidad de selección

Este procedimiento se siguió para calcular los factores de expansión de todas las encuestas realizadas.

2. Limitaciones de la información para la segunda toma

Debido a la atrición resultante en la segunda toma, se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan, el motivo es que son ciudades con muestra muy pequeña, especialmente en empresas, que, de ser analizadas por separado, se obtendrían resultados en las estimaciones con coeficientes de variación elevados lo que significaría que los datos no serían “confiablemente representativos”. El diseño de la muestra se ha desarrollado especialmente para la estimación de promedios, no específicamente para lograr la estimación de cantidades.

Anexo III: Nota metodológica y descripción de datos de la encuesta a micro, pequeñas y medianas empresas.

I. Descripción general de los datos

1. Alcance del estudio. La encuesta impacto COVID, impulsada por el departamento de Mercados Laborales (LMK) del Banco Interamericano de Desarrollo, recopila información económica, laboral y sanitaria para una muestra representativa de hogares de las principales ciudades en Bolivia. La información provista permite caracterizar a los hogares y medir el impacto de pandemia sobre ellos durante el periodo 2020-2021. Esta encuesta está dividida en ocho módulos que contienen la siguiente información.

- **Módulo 1. Vivienda y hogar.** (i) información de las personas que viven en el hogar de manera habitual; (ii) información sobre la vivienda; (iii) información sobre la educación de los integrantes del hogar.
- **Módulo 2. Gastos del Hogar.** (i) información del gasto del hogar (ej. gastos en compra de alimentos, en compras generales para el hogar, montos de gasto en productos más relevantes dentro de la canasta de consumo, entre otros).
- **Módulo 3. Salud.** (i) información sobre el estado de salud de los integrantes del hogar (ej. si algún integrante del hogar necesitó una consulta médica, si se necesitó comprar medicinas, entre otros).
- **Módulo 4. Seguridad alimentaria.** En este módulo se agrupan preguntas relacionadas con las necesidades alimentarias en el hogar. Por ejemplo, se pregunta si en el hogar fue necesario emplear estrategias para superar desabastecimiento de alimentos o falta de dinero para comprarlos y cuáles son las principales fuentes de abastecimientos del hogar.
- **Módulo 5. Conocimientos, aptitudes y prácticas.** En este módulo se agrupan preguntas relacionadas con la pandemia. Por ejemplo, conocimiento en cuanto a síntomas, si alguien del hogar se contagió, conocimiento de protocolos frente al contagio de un integrante del hogar, convivencia en el hogar, entre otras.
- **Módulo 6. Empleo del principal generador de ingresos.** En este módulo se agrupan preguntas que permiten caracterizar al principal generador de ingresos del hogar. Por ejemplo, se recolecta información sobre género, edad, nivel educacional, estabilidad laboral de los miembros del hogar, ocupación principal, estabilidad del nivel de ingresos, entre otras.
- **Modulo 7. Ingresos del hogar.** En este módulo se agrupan preguntas relacionadas a las fuentes

de ingresos del hogar. Por ejemplo, fuentes de ingresos en meses específicos, si el hogar ha recibido ayudas sociales, ahorro del hogar frente a emergencias, pérdidas a causa de la crisis sanitaria, montos de ingresos en meses específicos.

- **Modulo 8. Equipamiento.** En este módulo se agrupan las preguntas relacionadas con: (i) información de servicios del hogar; (ii) información de medios de transporte del hogar; (iii) información de acceso a internet en el hogar.

2. Período de recolección de datos. La encuesta a hogares en su versión 2020 inicio el 06-08-2020 y concluyó el 13-11-2020 mientras que en su versión 2021 inicio el 20-10-2021 y concluyó 18-01-2022.

3. Cobertura geográfica. La encuesta contiene información de 9 ciudades principales en Bolivia. Entre ellos figuran: Sucre, La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Tarija, Santa Cruz, Trinidad, Cobija. Adicionalmente, cuenta con información del municipio de el Alto. La encuesta se efectuó en las principales ciudades de cada uno de estos departamentos.

4. Método de recolección de datos. La recopilación de información se hizo mediante llamadas telefónicas.

5. Reclutamiento de participantes. No se hizo ningún proceso previo de selección de participantes. Los encuestadores y encuestadoras realizaban llamadas, se comunicaban con las personas, explicaban el motivo de la llamada y, si la persona accedía, se realizaba la encuesta. En algunos casos se hicieron citas para que se reitere la llamada ya sea en horario posterior el mismo día o para otro día y hora.

6. Representatividad y limitaciones. La encuesta es representativa para siete de las nueve ciudades capitales de cada departamento y del municipio de El Alto, con excepción de Cobija y Trinidad. Se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan o se consideren en el análisis sujeto a esta limitación.

II. Datos

1. Construcción de las bases de datos

El repositorio de la encuesta contiene dos bases de datos de corte transversal: (i) hogares 2020 y (ii) hogares 2021; y tres bases de datos longitudinales: (i) panel corriente; (ii) panel balanceado; (iii) pseudo-panel. Las bases de datos longitudinales se construyen a partir de las bases de datos brutas. La confección de estas tres bases de datos es explicada a continuación.

El panel corriente es una base de datos de panel en donde se combinan las bases de datos de 2020 y 2021 por unidad de observación (folio del hogar). Es importante advertir que, debido a dificultades para realizar la encuesta durante 2021, la base de datos longitudinal resultante presenta un desbalance importante (ver Tabla 2). Para evitar que este desbalance impacte en la

calidad de los datos proporcionados se proveen dos bases de datos longitudinales adicionales al panel corriente. Estas bases de datos son el resultado de la implementación de dos estrategias: (i) combinamos las observaciones de cada año mediante el uso de matching. Denominamos a esta base de datos “panel balanceado”; (ii) creamos una base de datos pseudo-panel en donde las unidades de observación son grupos de hogares con características similares.

La estrategia de matching empareja las observaciones del 2020 con las del 2021 en base a características observables. Se define como grupo de control las observaciones de 2020 y como tratamiento las observaciones de 2021. Estos grupos son emparejados 1 a 1 sin reemplazo y se calcula para cada una un propensity score con el fin de aparear observaciones que sean estadísticamente iguales en observables. Para el cálculo del propensity score se consideran las siguientes características: año de nacimiento del generador principal de ingresos, localidad del hogar, habitaciones en el hogar, tipo de vivienda. Este procedimiento genera un panel balanceado con observaciones comparables en el tiempo (ver Tabla 1).

En el caso de la base de datos de pseudo-panel se definen grupos de hogares (cohortes) tal que posean características similares. Una cohorte es básicamente un grupo de observaciones (en este caso hogares) que comparten atributos similares. Si estos atributos no varían en el tiempo, los cambios en el comportamiento de los individuos pueden ser medidos como la diferencia entre los promedios temporales de cada grupo. La selección de características busca generar grupos con características observables similares asumiendo que la heterogeneidad no observable será potencialmente controlada al calcular algún estimador con estos datos. Se definieron grupos de cohortes basados en los datos de corte transversal de modo tal que: (i) cada hogar pertenece a un grupo de cohorte; (ii) estén definidos por características estables en el tiempo.

La base de datos de pseudo-panel incluye siete cohortes. El Cohorte 1 agrupa a los hogares según el año de nacimiento del principal generador de ingresos del hogar (agrupando los años de nacimiento en intervalos de 3 años). El Cohorte 2 agrupa a los hogares según el año de nacimiento del principal generador de ingresos (intervalos de 3 años) del hogar y el tipo de vivienda. El Cohorte 3 agrupa a los hogares según el año de nacimiento del principal generador de ingresos (intervalos de 10 años) del hogar y el tipo de vivienda. El Cohorte 4 agrupa las observaciones según el año de nacimiento del principal generador de ingresos y el municipio. El Cohorte 5 agrupa a los hogares según el año de nacimiento del principal proveedor de ingresos (intervalos de 3 años) y piso ecológico (Altiplano, Valle o Llanos). El Cohorte 6 agrupa a los hogares según el año de nacimiento del principal proveedor de ingresos (intervalos de 10 años) y piso ecológico (Altiplano, Valle o Llanos). Finalmente, el Cohorte 7 agrupa a los hogares según el año de nacimiento del principal proveedor de ingresos (intervalos de 10 años), piso ecológico y tipo de vivienda. Los grupos de cada cohorte se pueden ver en la Tabla 5.

Entre las siete opciones propuestas para la creación de cohortes, la opción 5 (periodo de nacimiento del principal generador de ingresos en intervalos 3 años y piso ecológico de residencia) parece ser la más adecuada por al menos tres motivos: (i) no existen grupos con menos de 50 observaciones (ofrece estimaciones eficientes de variabilidad intra-cohorte); (ii) existe un número de cohortes suficientes para permitir estimaciones de variabilidad entre cohortes eficiente. (iii) las hipótesis de estabilidad en el tiempo de las variables que definen las cohortes pueden ser

defendidas. Por ejemplo, incluso si existe migración municipal, es probable que ésta sea en el mismo departamento o en todo caso en el mismo piso ecológico. Asimismo, incluso si el principal generador de ingresos del hogar cambia es plausible asumir que existe una diferencia no mayor a tres años con el nuevo generador de ingresos.

De todos modos, la base de datos contiene toda la información para que los y las usuarias puedan construir sus propios cohortes según los requerimientos del estudio deseado.

2. Características de la base de datos: panel corriente y balanceado

En esta sección se describen brevemente las bases de datos de panel corriente y panel balanceado que son parte del repositorio. La Tabla 1 muestra el número de observaciones por año para cada versión de la encuesta de hogares (panel corriente y balanceado). El número de observaciones para el panel corriente es de 10.873 mientras que para el panel balanceado es de 4.404. El número de hogares en 2020 es mayor que en 2021 para el panel corriente mientras que para el panel balanceado son iguales por construcción.

Tabla 1: Número de observaciones por año

BASE DE DATOS	OBS.		TOTAL
	2020	2021	
PANEL CORRIENTE	6.094	4.779	10.873
PANEL BALANCEADO	2.202	2.202	4.404

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares disponible en el repositorio.

La Tabla 2 muestra el número de observaciones para el panel corriente según el patrón de repetición por año. El número de observaciones del panel corriente se obtiene de a partir de la siguiente operación: 426 (observaciones en ambos años) + 5.668 (observaciones solo 2020) + 4.353 (observaciones solo 2021). En el caso de la encuesta de panel balanceado las observaciones son 2.202 en cada año por construcción.

**Tabla 2: Número de observaciones según patrón de repetición**

GRUPO	OBS.	PORCENTAJE
AMBOS AÑOS	426	4,1
SOLO 2020	5.668	54,3
SOLO 2021	4.353	41,7
TOTAL	10.447	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares disponible en el repositorio.

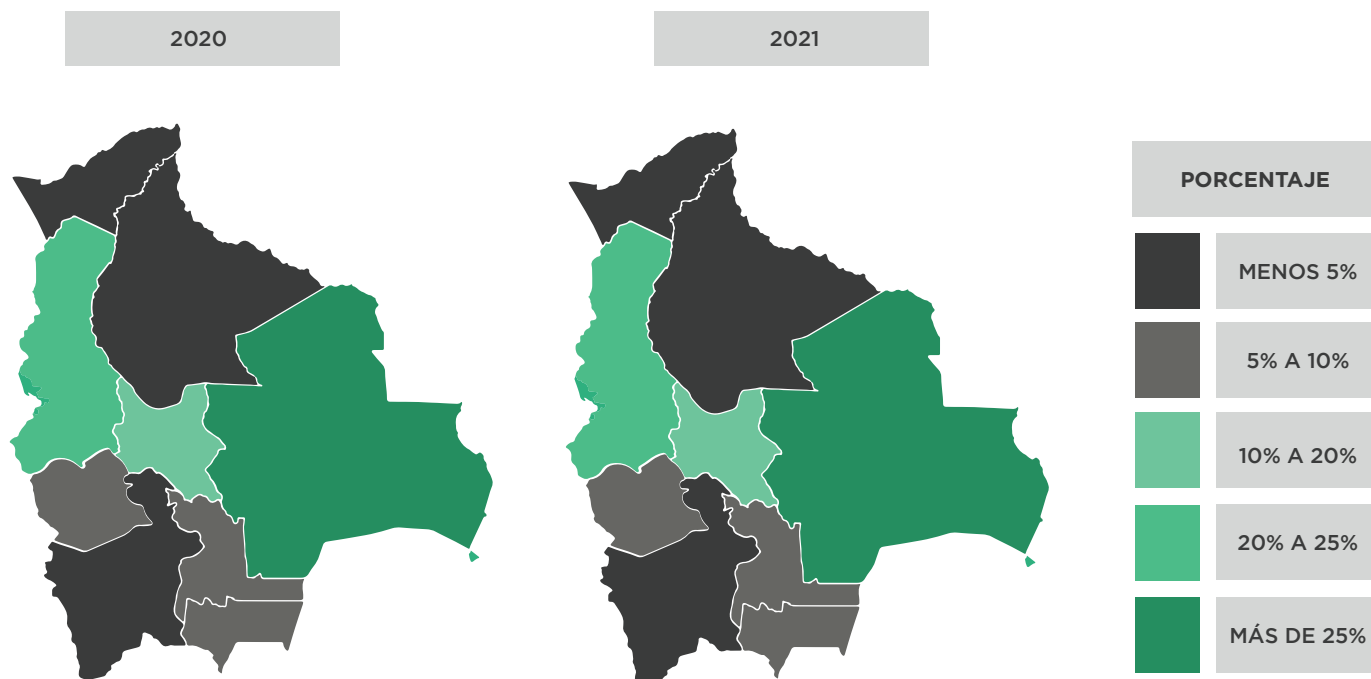
Tabla 3: Número de observaciones por departamento y año

MUNICIPIO	PANEL CORRIENTE		PANEL BALANCEADO	
	2020	2021	2020	2021
SUCRE	516	240	170	170
LA PAZ	1.280	1.107	564	564
COCHABAMBA	866	672	372	372
ORURO	372	490	4	4
POTOSÍ	324	176	117	117
TARIJA	295	153	93	93
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.652	1.059	793	793
TRINIDAD	108	77	25	25
COBIJA	144	90	47	47
EL ALTO	537	715	17	17
TOTAL	6.094	4.779	2.202	2.202

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares disponible en el repositorio.



Figura 1: Número de observaciones por departamento



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares disponible en el repositorio. **Notas:** (1) Las observaciones se encuentran concentradas en los departamentos de Santa Cruz de la Sierra, La Paz y Cochabamba; (2) La encuesta se realiza a nivel de ciudades siendo esta la unidad geográfica representativa de la encuesta.

La Tabla 3 muestra el número de observaciones por departamento y año para el panel balanceado y el panel corriente. Los departamentos con mayor representación son Santa Cruz de la Sierra, Cochabamba y la Paz. Esta representación se mantiene tanto para 2020 como para 2021. La Figura 1 muestra la distribución geográfica de las observaciones de la encuesta. Como se puede apreciar, la mayor cantidad de observaciones están concentradas en la zona centro del país. Es importante notar que esto no tiene relación con la representatividad de la encuesta, a pesar de las diferencias en el número de observaciones entre zonas, la encuesta es representativa para las principales ciudades del país y para el municipio de El Alto.

Tabla 4: Número de observaciones por género y edad

CATEGORÍA	PANEL CORRIENTE		PANEL BALANCEADO	
GÉNERO	2020	2021	2020	2021
HOMBRES	2.671	2.082	937	913
MUJERES	3.423	2.690	1.265	1.286
OTROS	0	7	0	3
TOTAL	6.094	4.779	2.202	2.202
EDAD				
18 A 29 AÑOS	2.817	2.849	895	1.152
30 A 49 AÑOS	2.665	1.632	1.061	917
50 A 64 AÑOS	517	266	210	112
65 AÑOS O MÁS	95	32	36	21
TOTAL	6.094	4.779	2.202	2.202

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares disponible en el repositorio.

La Tabla 4 muestra el número de observaciones por género y edad del integrante del hogar entrevistado para el panel corriente y balanceado. Las observaciones de la encuesta, tanto para 2020 como 2021 se concentran en mujeres y en tramos etarios de 18 a 49 años. Los hombres, personas de sexo no binario y tramos etarios de 50 a 65 años o más, se encuentran menos representadas en ambas olas de la encuesta y en ambos tipos de paneles.

2. Características de la base de datos: pseudo - panel

La unidad de observación relevante en el caso del pseudo-panel corresponde a los grupos de cada cohorte. Los grupos en cada cohorte son observaciones que poseen características similares que no varían en el tiempo. Bajo este supuesto, la diferencia temporal entre los promedios por grupo representa cambios dentro de cada grupo. La Tabla 5 reporta el número de grupos para cada cohorte mientras que la Tabla 6 reporta el número de observaciones por departamento, año y cohorte. Las observaciones de 2021 son menores que las de 2020.

Tabla 5: Número de grupos por cohorte por año

COHORTE	N.º DE GRUPOS POR COHORTE	
	2020	2021
COHORTE 1	15	15
COHORTE 2	45	45
COHORTE 3	18	18
COHORTE 4	60	58
COHORTE 5	45	45
COHORTE 6	18	18
COHORTE 7	54	54

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares (pseudo-panel) disponible en el repositorio.

Tabla 6: Número de observaciones por departamento, año y cohorte
Parte 1

	COHORTE 1		COHORTE 2		COHORTE 3	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
SUCRE	516	238	516	238	516	238
LA PAZ	1.280	1.098	1.280	1.098	1.280	1.098
COCHABAMBA	866	668	866	668	866	668
ORURO	372	487	372	487	372	487
POTOSÍ	324	175	324	175	324	175
TARIJA	295	153	295	153	295	153
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.652	1.052	1.652	1.052	1.652	1.052
TRINIDAD	108	77	108	77	108	77
COBIJA	144	90	144	90	144	90
EL ALTO	537	708	537	708	537	708
TOTAL	6.094	4.746	6.094	4.746	6.094	4.746

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares (pseudo-panel) disponible en el repositorio.

Tabla 6: Número de observaciones por departamento, año y cohorte
Parte 2

	COHORTE 4		COHORTE 5		COHORTE 6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
SUCRE	516	238	516	238	516	238
LA PAZ	1.280	1.098	1.280	1.098	1.280	1.098
COCHABAMBA	866	668	866	668	866	668
ORURO	372	487	372	487	372	487
POTOSÍ	324	175	324	175	324	175
TARIJA	295	153	295	153	295	153
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.652	1.052	1.652	1.052	1.652	1.052
TRINIDAD	108	77	108	77	108	77
COBIJA	144	90	144	90	144	90
EL ALTO	537	708	537	708	537	708
TOTAL	6.094	4.746	6.094	4.746	6.094	4.746

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta longitudinal de hogares (pseudo-panel) disponible en el repositorio.



III. Diseño de la muestra de la encuesta de hogares

1. Marco muestral

El marco muestral está compuesto por dos partes complementarias: i) Censo Nacional de Población y Vivienda 2012, que se utilizó para el cálculo del tamaño de muestra con representatividad a nivel de ciudades capital de departamento junto al municipio de El Alto y, ii) Se utilizó las bases de datos de usuarios de las empresas de telefonía celular que operan en Bolivia para realizar la selección y distribución de la muestra aplicando el método probabilístico y estratificado según nivel socioeconómico (identificado según lugar de residencia).

2. Tamaño de muestra

Utilizando los parámetros sugeridos en el documento de solicitud de propuesta, es decir, 95% de confianza y un error de 4,5%, el tamaño de muestra que permitió obtener resultados a los niveles de desagregación requeridos ha sido de 5.911 hogares. La Tabla 7 muestra la distribución inicial de este tamaño de muestra mientras que la Tabla 8 muestra la distribución de la muestra en las principales ciudades.

Tabla 4: Número de observaciones por género y edad

CIUDADES	HOGARES (CNPV 2012)
SUCRE	63.108
LA PAZ	223.734
EL ALTO	256.216
COCHABAMBA	177.376
ORURO	76.724
POTOSÍ	46.764
TARIJA	47.826
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	360.022
TRINIDAD	23.580
COBIJA	11.775
TOTAL	1.287.125

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.



Tabla 8: Distribución de la muestra

CIUDADES	MUESTRA
SUCRE	290
LA PAZ	1.028
EL ALTO	1.177
COCHABAMBA	815
ORURO	352
POTOSÍ	215
TARIJA	220
SANTA CRUZ DE LA SIERRA	1.652
TRINIDAD	108
COBIJA	54
TOTAL	5.911

Fuente: Estimaciones propias realizadas en base a procesamiento de bases de datos INE.



3. Selección de la muestra

La selección de la muestra se ha realizado de forma aleatoria. Para evitar sesgos de selección originados por utilizar alguna estrategia de reposición, se hizo la selección aleatoria de un 30% adicional al tamaño de muestra calculado, esto para lograr encuestar a la cantidad requerida de hogares.

IV. Factores de expansión

1. Cálculo factores de expansión

Una muestra probabilística se define como una muestra que tiene una probabilidad distinta de cero y conocida de selección para cada unidad muestral. Con las muestras probabilísticas pueden obtenerse estimadores insesgados. Un estimador insesgado de la población total para cualquier característica o variable investigada en la encuesta puede obtenerse multiplicando el valor de esa característica por cada unidad muestral por el recíproco de la probabilidad con que esa unidad fue seleccionada y sumando los productos de todas las unidades muestrales (Hansen, 1953).

Los factores de expansión de acuerdo al tipo de muestreo utilizado, se definen como:

$$F_i = \frac{1}{n_{i \cdot h_i}}$$

Donde:

$h = 1, 2$ estratos

$i = 1, 2, \dots, 10$ ciudades

$n_{i \cdot h_i}$ probabilidad de selección

Este procedimiento se siguió para calcular los factores de expansión de todas las encuestas realizadas.

2. Limitaciones de la información para la segunda toma

Debido a la atrición resultante en la segunda toma, se debe tener especial cuidado con los resultados al momento de analizar la desagregación de las ciudades de Cobija y Trinidad, la recomendación es que se unan, el motivo es que son ciudades con muestra muy pequeñas se obtendrían resultados en las estimaciones con coeficientes de variación elevados lo que significaría que los datos no serían “confiablemente representativos”. El diseño de la muestra se ha desarrollado especialmente para la estimación de promedios, no específicamente para lograr la estimación de cantidades



PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS
PARA EL DESARROLLO



BID

Mejorando vidas

Fotografía Luis Gandarillas